



Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**Joana Filipa Fernandes Abreu**

Relatório de Estágio

## **Correio da Manhã: 33 anos depois**

Orientado por:

Dr. Fernando Manuel Craveiro Coelho, IPT

Mestre Isabel Maria Cruz Ferreira, IPT

Doutora Hália Costa Santos, IPT

Dr. Fernando Manuel Craveiro Coelho, IPT

Relatório de Estágio

apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar  
para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre em Design Editorial



## Dedicatória

---

Dedico este trabalho acima de tudo ao Bruno, à Camila e à minha família e amigos.





## Resumo

---

Com trinta e três anos de existência, o jornal *Correio da Manhã*, desde cedo se tornou num jornal de referência, hoje é o jornal líder no seu segmento, em Portugal. Nasceu em 1979 com a ajuda de Vítor Direito (primeiro director) e Carlos Barbosa, cresceu com Agostinho Azevedo e João Marcelino, e mantém-se com Octávio Ribeiro. Muitas histórias partilhadas, muitas mudanças (equipa, edifícios, design, etc) , muito empenho faz do *Correio da Manhã* o jornal de referência para muitos, um jornal verdadeiramente popular, um jornal que muitos portugueses sentem seu.

Palavras-chave: *Correio da Manhã*, líder, design, jornal

## Abstract

---

With thirty-three years of existence, the *Correio da Manhã* newspaper, soon became a newspaper of reference, today is the leading journal in its field in Portugal. Born in 1979 with the help of Victor Direito (first director) and Carlos Barbosa grew up with Agostinho Azevedo and João Marcelino, and keeps up with Octávio Ribeiro. Many shared stories, many changes (staff, buildings, design, etc.), much effort makes *Correio da Manhã* a newspaper of reference for many, a newspaper truly popular, a newspaper that many portuguese feel their.

Keywords: *Correio da Manhã*, leader, design, newspaper

## Agradecimentos

---

Agradeço ao meu namorado, aos meus tios Luís e Detinha, à minha prima Ânia, aos meus colegas e amigos e a toda a minha restante família que esteve sempre a torcer por mim.

A todos um muito obrigada!



## Índice

---

Introdução.....	19
Metodologia .....	20
Parte 1	
Edições Periódicas.....	22
Imprensa gráfica em Portugal .....	25
Parte 2	
Grupo Cofina .....	34
Estrutura Orgânica do Grupo Cofina .....	35
Publicações que a Cofina possui .....	36
<i>Record</i> , Líder no seu segmento .....	40
<i>Máxima</i> , “a revista da mulher portuguesa” .....	42
Principais concorrentes:.....	43
- Controlinveste .....	43
- Impresa .....	43
- Média Capital .....	43
- Impala .....	44
Parte 3	
Como surgiu o <i>Correio da Manhã</i> .....	46
Vítor Direito e Carlos Barbosa .....	48
Cronologia do jornal <i>Correio da Manhã</i> .....	51
Existência de outras publicações com o mesmo título .....	54
Parte 4	
Histórias que marcaram .....	56
Assassino do Osso da Baleia .....	56
Agressor preso na redacção do CM .....	59

## Parte 5

Constituição de uma Redacção .....	62
- Director .....	62
- Chefe de Redacção .....	62
- Revisores .....	63
- Secretaria .....	63
- Cronistas/colunistas ou articulistas .....	63
- Redactor Principal .....	63
- Paginação .....	64
- Tratamento de Imagem .....	64
- Infográficos .....	64

## Parte 6

Elementos que constituem um jornal .....	66
- Primeira página .....	66
- Logótipo .....	67
- Secções .....	68
- Abertura de Secção .....	69
- Lettering .....	70
- Composição de uma página .....	71
- Edição n.º 8989 e Edição n.º 10 575 .....	72
- Fotolegendas .....	73
- Infografia .....	74
- Publicidade .....	75
- Imagens e fotografias .....	76

## Parte 7

Análise de Audiências .....	78
- 2010/2011 .....	78
- 2011/2012 .....	80
A liderar desde 2003 .....	82

## Parte 8

Projectos 2013 .....	84
Correio da Manhã Tv .....	84

Parte 9	
A minha experiência - seis meses de estágio .....	86
- Primeiro contacto .....	87
- Estrutura do <i>Correio da Manhã</i> .....	88
- Elaboração de um jornal .....	88
Parte 10	
Conclusão .....	94
Bibliografia .....	95

## Índice de Figuras

---

01	Imagem ilustrativa do jornal <i>CM</i> organizaracasa.com	19
02	<i>Galeria Republicana</i> 1882 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	22
03	Prensa de Guthenberg cardquali.com	22
04	<i>The Times</i> 1886 ourontario.ca	23
05	Linotype selenacastro7.wordpress.com	23
06	<i>Diário Popular</i> 1960 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	24
07	<i>Record</i> 1989 armazemleonino.blogspot.com	24
08	<i>Gazeta</i> 1641 purl.pt	25
09	<i>Gazeta de Lisboa</i> 1742 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	26
10	<i>O Thalassa</i> 1913 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	26
11	<i>The Sun</i> 1834 mikophoto.net	26
12	<i>O Primeiro de Janeiro</i> 1946 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	27
13	<i>Diário de Notícias</i> 1974 gouveiajoao.wordpress.com	27
14	Rotativa Marioni sellerink.com.br	27
15	<i>Voz do Povo</i> 1975 hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	28
16	<i>Diário Popular</i> hemerotecadigital.cm-lisboa.pt	28
17	<i>Diário de Notícias</i> Século XX conceptsandvisuals.net	28



18	Máquina de Impressão Offset Heidelberg tr19jus..br	29
19	<i>Correio da Manhã</i> 1988 Arquivo CM	29
20	<i>Correio da Manhã</i> 1997 Arquivo CM	29
21	Capa <i>Correio da Manhã</i> www.cmjornal.xl.pt	36
22	Capa <i>Record</i> http://www.record.xl.pt/	36
23	Capa <i>Destak Lisboa</i> http://www.destak.pt/edicoes/lisboa	36
24	Capa <i>Jornal de Negócios</i> www.jornaldenegocios.pt	37
25	Capa <i>Semana Informática</i> http://www.semanainformatica.xl.pt/	75
26	Capa <i>Metro Lisboa</i> http://www.readmetro.com/en/portugal/lisbon/Capa Máxima	37
27	Capa <i>Máxima</i> www.maxima.xl.pt	38
28	Capa <i>GQ</i> gqportugal.blogspot.com	38
29	Capa <i>Vogue Portugal</i> www.vogue.xl.pt	38
30	Capa <i>Flash</i> http://www.jornaiserevistas.com/	39
31	Capa <i>Sábado</i> www.sabado.pt	39
32	Capa <i>TvGuia</i> http://www.jornaiserevistas.com/	39
33	Capa <i>Automotor</i> http://www.jornaiserevistas.com/	40
34	<i>Record</i> 1970 armazemleonino.blogspot.com	41
35	<i>Record</i> 1989 armazemleonino.blogspot.com	23

36	Record 1991 leiloes.net	41
37	Record 2000 armazemleonino.blogspot.com	41
38	Record 2001 armazemleonino.blogspot.com	41
39	Record 2004 miau.pt	41
40	Record 2005 anti-benfica.com	41
41	Record 2012 lancenet.com.br	41
42	Máxima início conceptsandvisuals.net	42
43	Máxima actual www.maxima.xl.pt	42
44	Vítor Direito e Carlos Barbosa, anos 80 Arquivo <i>CM</i>	48
45	Fundadores na primeira redacção do <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i>	49
46	Bilhete Postal Arquivo <i>CM</i>	49
47	Vítor Direito Arquivo <i>CM</i>	49
48	Redacção na Rua Mouzinho de Silveira Arquivo <i>CM</i>	50
49	Impressão que o jornal causou em Lisboa Arquivo <i>CM</i>	50
50	Um dos primeiros carros de serviço do <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i>	50
51	Fachada edifício na Av. João Crisóstomo Arquivo <i>CM</i>	50
52	Redacção no edifício na Av. João Crisóstomo Arquivo <i>CM</i>	50
53	Capa <i>CM</i> de 1979 Arquivo <i>CM</i>	51

54	Capa <i>Correio de Domingo</i> , 1986 Arquivo <i>CM</i>	51
55	Capa suplemento <i>Correio Tv</i> Arquivo <i>CM</i>	51
56	Fachada edifício na Av. João Crisóstomo Arquivo <i>CM</i>	52
57	Visualização antiga do site do <i>CM</i> <a href="http://bla-bla.blogspot.com">bla-bla.blogspot.com</a>	52
58	Director João Marcelino <a href="http://ionline.com">ionline.com</a> - D.R.	52
59	Director Octávio Ribeiro <a href="http://meiosepublicidade.pt">meiosepublicidade.pt</a>	53
60	Capa suplemento <i>Primeiro Emprego</i> Arquivo <i>CM</i> - Agosto 2012	53
61	Capa suplemento Vidas Arquivo <i>CM</i> - Agosto 2011	53
62	Visualização actual do site do <i>CM</i> <a href="http://www.cm.xl.pt">www.cm.xl.pt</a>	53
63	Fachada do actual edifício <a href="http://cmjornal.xl.pt">cmjornal.xl.pt</a>	54
64	Exemplar da primeira publicação com o mesmo nome Arquivo <i>CM</i>	54
65	Exemplar da terceira publicação com o mesmo nome Arquivo <i>CM</i>	54
66	Exemplar da terceira publicação com o mesmo nome Arquivo <i>CM</i>	54
67	Vítor Jorge à data do crime <a href="http://crimedigoeu.wordpress.com">http://crimedigoeu.wordpress.com</a>	58
68	Reconstituição do crime Arquivo <i>CM</i>	58
69	Manchete do <i>CM</i> da altura - 1987 Arquivo <i>CM</i> - ano de 1987	58
70	Vítor Jorge actualmente Arquivo <i>CM</i> - revista Domingo	58
71	Capa <i>CM</i> sobre uma detenção na redacção do <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i> . 1981	59

72	Ampliação da capa sobre detenção na redacção do <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i> . 1981	59
73	Capa Correio da Manhã Arquivo <i>CM</i> Edição 02 de Agosto 2012	66
74	Logótipo <i>Correio da Manhã</i> Arquivo <i>CM</i> 12 126	67
75	Entrada de secção Arquivo <i>CM</i> 12 126	69
76	Cabeça de página Arquivo <i>CM</i>	69
77	Página “comum” no jornal <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i> 12 124. Fonte: Reuters	71
78	2 comparações de diversos grafismos do <i>CM</i> Arquivo <i>CM</i> - ano 2004 e ano 2012	72
79	Fotolegenda - Tentativa de suicídio na China Arquivo <i>CM</i> 12 127	73
80	Fotolegenda - Euro 2012 Arquivo <i>CM</i> 12 045	73
81	Infografia Mapa do Tempo Arquivo <i>CM</i> 12 126	74
82	Infografia - Audiências Arquivo <i>CM</i> 12 126	74
83	Infografia - localizador Arquivo <i>CM</i> 12 126	74
84	Infografia - Acidente de viação Arquivo <i>CM</i> 12 106	74
85	Publicidade rodapé Elaboração própria	75
86	Publicidade 4 colunas Elaboração própria	75
87	Publicidade metade de página Elaboração própria	75
88	Publicidade 1/4 de página Elaboração própria	75
89	Publicidade página inteira Elaboração própria	75

90	Publicidade pub 2 colunas Elaboração própria	75
91	Ilustração Ricardo Cabral Arquivo jornal <i>CM</i> - Ricardo Cabral	76
92	Fotografia Arquivo jornal <i>CM</i> - Fonte:Reuters	76
93	Fotografia Toureiro Emílio Naranjo/EPA	76
94	Ilustração Ricardo Cabral Arquivo <i>CM</i> - Ricardo Cabral, edição 12 106	76
95	Audiências 2010 Bareme Impresa - Marktest	78
96	Audiências 2011 Bareme Impresa - Marktest	78
97	Audiências 2011 Bareme Impresa - Marktest	80
98	Audiências 2012 Bareme Impresa - Marktest	80
99	Zeinal Bava, Paulo Fernandes e Octávio Ribeiro Arquivo <i>CM</i> - foto: Pedro Catarino	84
100	Visualização do programa QuarkExpress Arquivo <i>CM</i>	89
101	Diversos estados na página Arquivo <i>CM</i>	90
102	Página com esquadro Arquivo <i>CM</i>	91
103	Página com medalha Arquivo <i>CM</i>	91

## Lista de Abreviaturas e Siglas

---

CM – *Correio da Manhã*

PT – Portugal Telecom

JN – Jornal de Notícias

SIC – Sociedade independente de Comunicação

TVI – Televisão Independente

CMYK – Cyan, Magenta, Amarelo e Preto

APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem  
e Circulação

Pág. – Página

Fig. – Figura

Pub. – Publicidade

Info – Infografia

CTT – Correios de Portugal

GNR – Guarda Nacional Republicana

## Introdução

---

Após trinta e três anos desde a publicação do primeiro exemplar, várias mudanças foram realizadas. Mudanças essas que tiveram de se ajustar à evolução do tempo e das tecnologias. A visão do designer gráfico foi-se alargando, o que faz com que o jornal se fosse transformando num modelo cada vez mais actual e dinâmico.

As histórias foram sendo abordadas de maneira diferente e a sua inserção na página também. As páginas que inicialmente pareciam um pouco descoordenadas, hoje cada elemento é trabalhado com o seu propósito. O mesmo acontece com o jornal *Correio da Manhã*, notando-se uma grande evolução desde a primeira publicação aos dias de hoje. Os diversos elementos gráficos mudaram, os tipos de letra e o corpo do texto também. Os temas são separados por secções, com cores distintas, que ajudam na diferenciação dos vários temas, os passatempos evoluíram, as actualidades e a primeira página também. Tudo se alterou, tudo evoluiu, menos o título/logótipo. Vão ser abordados os elementos actuais do jornal, fazendo uma ligeira comparação entre as várias publicações do *Correio da Manhã*.



Fig 01 - Imagem ilustrativa do jornal CM

## Metodologia

---

Comecei por consultar o arquivo do *Correio da Manhã*, que tinha desde o primeiro exemplar até às publicações mais recentes. Falei com os meus colegas mais antigos no jornal, que me explicaram como era trabalhar no *CM* no início do mesmo, e como era diferente de agora.

Tentei saber um pouco da história, de como começou o jornal e da sua cronologia, com ajuda de suplementos antigos que saíram com o jornal. Fiz uma análise do jornal actual.



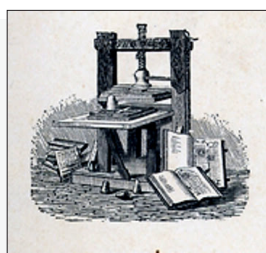
## Parte 1

---

## Edições Periódicas



**Fig. 2**  
*Galeria Republicana*,  
1882



**Fig. 3**  
Prensa de Guthenberg

As primeiras edições periódicas, datadas do final do século XVI e inícios do século XVII, demonstravam que o mais relevante numa publicação era o conteúdo noticioso, desvalorizando a forma como as notícias se apresentavam ao leitor. Eram publicações com pouca elaboração, a uma cor, com apenas quatro páginas e apresentadas com formato idêntico ao do livro – dando como exemplo a primeira página, que continha unicamente o nome do impressor, o título e a data, não havendo distinção gráfica entre as notícias.

Já no século XVIII, o culminar de uma revolução originou mudanças significativas que vieram alterar o formato e aparência dos jornais da época. Levaram não só a reduções no tempo de impressão, mas também ao aumento de notícias por publicação. O aumento do tamanho do papel e do número de colunas por página, a distinção dos títulos e das notícias e a diminuição do corpo da letra foram algumas dessas mudanças.

Iniciada no século XVIII, no Reino Unido, e expandida pelo mundo a partir do século XIX, essa revolução – denominada Revolução Industrial<sup>1</sup> – transformou a imprensa periódica em actividade comercial, marcando o ponto alto da evolução tecnológica. Contudo, é a *Gutenberg*<sup>2</sup> (1397-1468) que se deve a possibilidade de contar histórias e novidades e de as difundir para um enorme número de pessoas, não só por ter criado os tipos móveis a partir de metal fundido, mas principalmente pelo aperfeiçoamento da prensa. Se até aqui a actividade produtiva era artesanal e manual (e por isso pouco proveitosa), com a Revolução Industrial foi-se ao encontro das necessidades de aumento de produção através da ciência e de invenções técnicas na produção industrial.

A evolução das técnicas de produção do material de impressão continuou a fazer-se notar. Depois de *Stanhope*<sup>3</sup> dar um grande passo ao inventar a prensa totalmente metálica – que se distinguiu pela qualidade e quantidade de impressão por hora (cerca de 250 páginas/hora) –, foi na invenção da máquina a vapor, por James Watt<sup>4</sup> (1736-1819), que Friedrich König<sup>5</sup> (1774-1833) se baseou na criação da primeira máquina cilíndrica movida a vapor, em 1812, e cujo primeiro modelo foi adqui-

rido pelo editor do jornal *The Times*<sup>6</sup>, John Walter II. Nasceram assim as primeiras grandes máquinas para a imprensa. O volume de produção aumentou, o que fez gerar um rápido crescimento económico.

Com inovações nas técnicas de impressão e com a segunda revolução industrial ocorreu a introdução da máquina de impressão *Linotype*<sup>7</sup>, criada por Ottmar Mergenthaler<sup>8</sup>, em 1886 – e a consecutiva evolução técnica da indústria gráfica, que até ao início do século XIX foi muito lenta. A composição rápida de tipo a baixo custo promoveu uma revolução na imprensa escrita. A procura aumentou, o que provocou a necessidade de se industrializar e de se tornar cada vez mais séria e profissional, passando a assemelhar-se aos dias de hoje.

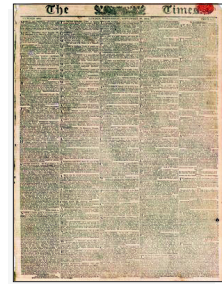
A introdução de publicidade, que inicialmente se reduzia a textos e poucas imagens, é outro dos factores que ajudou na continuidade e crescimento das publicações periódicas, tornando o jornal mais dinâmico devido às alterações gráficas. Era utilizada maioritariamente pelos industriais e comerciantes como meio de difundirem os seus produtos.

Entre o século XIX e o início do século XX, a concepção gráfica era realizada pelos tipógrafos e as publicações tinham uma estrutura densa, vertical e homogénea, o que reflectia as limitações da composição manual da época: o prazo do fecho dos jornais e os custos de produção limitados.

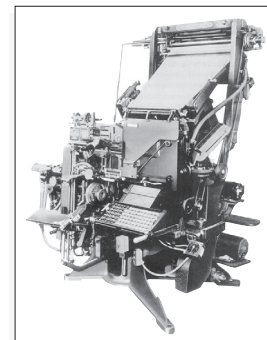
Contudo, com o passar do tempo, o grafismo foi tendo maior interesse por parte dos leitores, o que levou à necessidade de se produzirem páginas mais atractivas graficamente, distanciando-se, assim, do formato do livro. Os jornais começaram então a ganhar uma identidade própria, passando progressivamente de textual a visual. O conteúdo das notícias passou a ter um carácter mais jornalístico e profissional.

Já entre o início do século XX e os anos 60, as notícias passaram a ser estruturadas de acordo com a importância hierárquica e em torno das imagens, que assumiam crescente importância de utilização.

O aparecimento da fotografia neste período veio gerar um leque de alterações a nível gráfico. A transposição do que era representado e o impacto na sociedade como elemento principal eram os objectivos pretendidos. A sua introdução nas publicações periódicas trouxe com ela o aparecimento dos fotojornalistas, cuja acção foi muito significativa em



**Fig. 4**  
Jornal *The Times*,  
1814



**Fig. 5**  
*Linotype*, 1886



Fig. 6

Jornal *O Diário Popular*, 1960



Fig. 7

Jornal *Record*, 1989

termos da informação visual. Seguiu-se a atribuição de maior destaque às fotografias, que passaram a ter um papel saliente.

As páginas em que havia texto composto tipograficamente só permitiam a inserção de imagens através do bloco xilográfico<sup>9</sup> gravado ou da zincogravura<sup>10</sup>, obrigando a caixas e corandéis – o que levou a inevitáveis consequências na organização da página.

Sucedem-se uma série de experiências gráficas, nas décadas de sessenta e setenta, como uma necessidade de introduzir páginas graficamente mais apelativas: estudo de fontes; tamanhos da letra, quer do texto, quer dos títulos; tamanho das imagens; e, já na década de oitenta, a atribuição de cor às páginas de jornal – criando expressividade onde foi aplicada. Também a passagem dos jornais para as bancas levou à necessidade de um grafismo melhorado, devido à concorrência visual – as publicações competiam entre si pela exibição de tipos de letra, cuja variedade era considerada um sinal de ostentação económica e sofisticação intelectual.

Nos últimos anos do século XX assistiu-se a outro grande passo na evolução das técnicas e à liberdade de criação da imagem visual. Também aqui, uma conjugação de progressos científicos e tecnológicos permitiu um salto brusco nas técnicas: a computação digital.

A partir dos finais dos anos setenta do século XX, a importância da apresentação gráfica torna-se visível com o surgir de novas tecnologias como a fotocomposição, a paginação electrónica e a impressão *Offset*<sup>11</sup> a cores.

Apoiados pela produção editorial computadorizada, os jornais foram forçados a adquirir uma nova linguagem gráfica e uma melhor qualidade de impressão.

Com um novo leque de possibilidades, a tendência da época foi reduzir a dimensão dos jornais e criar páginas com grande impacto visual.

O objectivo do grafismo jornalístico deve ser a informação, o que implica um arranjo mais racional e eficaz da matéria gráfica. Nos jornais, a necessidade de uma linguagem gráfica mais cuidada implicou a criação de departamentos de arte organizados e do profissional director de arte, oriundo, na maioria das vezes, das revistas.

O avanço tecnológico na década de 80 permitiu a concepção de páginas no computador onde se testavam tipos de letra, com o intuito

de criar elementos gráficos que instigassem um grande impacto visual e distinguíssem as várias publicações.

No final do século XX, algumas publicações periódicas lançaram as suas edições online.

Com todas estas pequenas/grandes mudanças, os jornais passaram a ser cada vez mais idênticos aos actuais: assimetria e dinamismo no grafismo, disposição por secções, menos notícias na primeira página, a importância dada à fotografia e à sua assinatura, diferenciação dos títulos que passaram a ser justificados à esquerda, artigos que passam a ser assinados, inserção de gráficos e infografias.

## Evolução da imprensa em Portugal

Publicada entre 1641 e 1647, a *Gazeta da Restauração* pode ser considerada o primeiro periódico português, não sendo, contudo, o primeiro jornal impresso, atribuído às Relações impressas de Manuel Severim de Faria, em 1626. Quanto ao primeiro jornal diário português, atribui-se o título ao jornal *Gazeta de Lisboa*, editado em 1809. Contudo, todas as publicações, quer periódicas quer ocasionais, tinham um objectivo comum: a necessidade de informar e de ser informado e lucrar através da venda de exemplares, satisfazendo a procura social por informação. Com discursos essencialmente informativos, as publicações tinham uma vertente política e social.

Nesta época coexistiam publicações manuscritas, de pequeníssima tiragem e circulação (por vezes apenas entre uma rede restrita de corres-



**Fig. 8**

Jornal *Gazeta*, 1641



**Fig. 9**  
Jornal *Gazeta de Lisboa*,  
1743



**Fig. 10**  
Jornal *O Thalassa*,  
1913



**Fig. 11**  
Jornal *The Sun*, 1834

pondentes), e publicações impressas, com tiragens a chegar às centenas de exemplares. Podiam ser monotemáticas ou pluritemáticas, periódicas ou ocasionais. A popularização de publicações jornalísticas tornou-se decisiva para estimular a transição da cultura oral para a cultura escrita.

No século XVI, os primeiros dispositivos jornalísticos foram as ‘folhas volantes’ – relações, cartas, notícias, manifestos –, que abarcavam as seguintes temáticas: expansão marítima, naufrágios e relações com povos distantes; assuntos da corte; assuntos religiosos; acontecimentos do país ou do estrangeiro; batalhas ou descrição de Lisboa. Por isso, pode-se dizer que daquela época para os dias de hoje o conteúdo jornalístico não sofreu grandes alterações.

Deu-se, entretanto a inserção de caricaturas, mapas, desenhos, diagramas, entre outros elementos, o que originou uma ligeira mudança, ajudando à hierarquização das diversas informações. Normalmente as gravuras, que eram trabalhadas com uma enorme precisão e detalhe, apareciam acompanhadas da assinatura do autor.

Ainda no século XIX, as notícias deixam de se circunscrever ao mundo da política, da economia e da guerra. Passaram a ser dirigidas para um público mais vasto e os jornalistas procuravam escrever notícias que um grande número de pessoas pudesse entender com facilidade. Este período designou-se de primeira geração de imprensa popular.

O pioneiro deste desenvolvimento, que fez alargar o leque de notícias, foi o jornal *The New York Sun (The Sun)*<sup>12</sup>, dirigido por Benjamin Day, que reduziu as notícias de carácter político para publicar crónicas sobre assuntos mais comuns na sociedade (queixas, roubos, etc.) e levou à introdução de novas técnicas de informação, como entrevistas, reportagens e crónicas. As pessoas começaram a criar ligações com as notícias publicadas. Passaram a identificar-se com elas. Sentiam pena da desgraça alheia, compaixão, raiva, repugnância, levando este tipo de jornalismo a afirmar-se. Os jornaistas passaram a escrever aquilo que o leitor queria ler.

Posteriormente, verificou-se uma necessidade de divisão social dos jornalistas e outros profissionais, contratando jornalistas específicos para notícias específicas. O passo seguinte foi a divisão da redacção em secções, para que cada área temática tivesse alguém responsável por ela, o que conduziu à especialização dos jornalistas pelas diversas áreas.



Na década de sessenta do século XIX surgiram outros jornais considerados pioneiros em Portugal. O jornal *Diário de Notícias* e *O Primeiro de Janeiro* foram duas das primeiras publicações periódicas diárias a emergir no nosso país. Com design “pobre” e condicionados por diversas limitações (entre elas os custos de produção e a falta de equipamentos tipográficos), estes jornais não possuíam hierarquização nas notícias e muitas das vezes não existiam títulos que as separassem entre si. Ambos os jornais tinham um formato e colunas verticais e por vezes os títulos tendiam a ser menores do que o resto do texto.

Já no final do século XIX, com a segunda geração da imprensa popular, os jornais tornaram-se cada vez mais acessíveis monetariamente, sendo o *Jornal de Notícias* lançado por metade do preço da concorrência, copiando a estratégia do periódico francês, *Le Figaro*. A linguagem tornou-se compreensível, directa, clara e concisa, passando a dar-se mais atenção a outros domínios de conteúdo, como por exemplo escândalos.

A imprensa popular coexistiu com a imprensa de referência, que registava uma sobriedade gráfica e de conteúdos, independência, análise e opinião. Em Portugal, temos como exemplo os jornais *Público*, o *Expresso* ou o *Diário de Notícias* como jornais de referência e o *Correio da Manhã* como jornal de carácter popular.

Em 1906, o *Diário de Notícias* introduz a *Linotype* – tecnologia cujas possibilidades só seriam comparáveis às proporcionadas pelo aparecimento, já nas últimas décadas do século, do *Offset* (anos 80) e da informatização do jornal (anos 90) – e, posteriormente, a primeira máquina rotativa *Marinoni*. O jornalismo português entra na modernidade, rompendo-se com a até então informação partidária ou opinativa, designada muitas vezes por imprensa de partido, trilhando um caminho que conduziu à profissionalização dos jornalistas portugueses.

Posteriormente, mais precisamente no início do século XX, surgiu a aplicação da fotografia nas edições periódicas, substituindo-se lentamente a gravura. Estas fotografias, que geralmente eram retratos, não só vieram criar mais ritmo ao jornal, que até ao momento era pouco, ou nenhum, como também contribuíram para a diminuição de reportagens desenhadas.

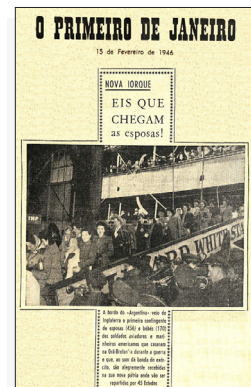


Fig.12

Jornal *O Primeiro de Janeiro*, 1946



Fig. 13

Jornal *Diário de Notícias*, 1974



Fig. 14

Rotativa *Marinoni*



Fig. 15

Jornal *Voz do Povo*,  
1975



Fig. 16

Jornal *Diário Popular*,  
1950



Fig. 17

Jornal *Diário Notícias*,  
Século XX

Outras das mudanças mais visíveis são a diminuição do número de colunas por página, a utilização de itálicos, o aumento do tamanho da fonte e a inserção de destaques.

Seguem-se as fotomontagens, mapas e gráficos informativos.

As publicações periódicas e o grafismo impresso procuraram responder às novas exigências do público, explorando novos desejos, interesses e gostos, emergindo uma necessidade de cultura com força visual.

Nos anos 40, a sociedade portuguesa vivia sob a ditadura de Salazar e Lisboa era tudo menos multicultural. Havia repressão e censura aos jornais. No entanto, com o tempo, houve jornais que foram inovando na agilidade e dinamismo que imprimiram à informação. Desenvolveram-se temas sensacionalistas que iam ao encontro do gosto do grande público, como é o caso do *Diário Popular* (1942-1991).

Com o tempo, os jornais foram adquirindo, também, novos formatos – formatos broadsheet<sup>14</sup>, berliner<sup>15</sup>, tablóide<sup>16</sup> – e a organização dos textos, fotografia e ilustração obedeceram a desígnios de ordem, naturalidade, intenção e expressividade, o que se expressou numa imagem gráfica elegante e limpa.

Na década de 60 são inseridos na primeira página títulos referentes a notícias no interior do jornal. Nessa primeira página existe sempre uma única manchete, que se verifica pelo maior destaque na primeira página, alusivo à mais importante notícia dos conteúdos da edição. A composição e disposição das notícias delimitadas visualmente por molduras ou espaços em branco, num sistema de encaixe, é um dos padrões desta década – estrutura visual resultante da influência dos grandes periódicos estrangeiros.

Já nos anos 70, o público passou a aderir à imprensa semanal, com uma imagem – certa ou errada – de maior agressividade na recolha de notícias e de menor sujeição a pressões oficiais e necessidade de compromissos.

Procuraram adequar o seu grafismo às várias condicionantes, como é o exemplo do desenvolvimento tecnológico e editorial da imprensa e os factores humanos – opinião dos leitores e o sentido estético de quem gerava os jornais.

Durante o século XX e com a evolução tecnológica, foi-se desenvolvendo uma significativa actividade editorial de publicações periódicas, o



que permitiu a diversidade da cor e a aplicação de imagens como complemento do texto.

Já entre a década de setenta e oitenta notou-se uma melhoria na organização e hierarquia das notícias, com o recurso do *Offset* em impressão a cores. Nesta época foi apresentada uma variedade de resoluções gráficas decorrentes do deslumbre pelo avanço das técnicas, nomeadamente a fotocomposição, surgindo os maquetistas.

Entre oitenta e noventa surgem novas mudanças, com a inserção de novos géneros jornalísticos, como os infográficos, o que leva a um novo desenvolvimento ao nível do grafismo, tornando as publicações mais atractivas visualmente, seguindo algumas tendências da imprensa tablóide.

Com o aparecimento da informática, nos anos 90, ocorreu uma revolução gráfica. Esta inovação tecnológica permitiu a entrada de designers nos jornais e a oportunidade de desenvolver um projecto editorial integral, com soluções gráficas de resposta a um projecto editorial pensado e programado e não resultante de uma limitação técnica ou de uma vontade pessoal.

Contudo, com o passar do tempo, algumas notícias ganharam maior destaque do que outras, havendo modificação dos conteúdos, aumento de número de páginas, reformulação gráfica, utilização de índices incluindo breves resumos das principais notícias de cada secção, aumento do corpo do texto, etc.

Em 100 anos, a maior receptividade dos leitores, o cuidado da paginação, os baixos custos de tiragem e um maior número de jornais em circulação transformou o jornal, inicialmente a uma cor, num produto com grande expressão visual e com várias possibilidades modelares, tornando-o dinâmico e atractivo ao leitor.



**Fig. 18**  
Máquina de impressão  
*Offset*, Heidelberg



**Fig. 19**  
Jornal *Correio da Manhã*, 1988



**Fig. 20**  
Jornal *Correio da Manhã*, 1997

<sup>1</sup>Revolução Industrial – Iniciada no Reino Unido em meados do século XVIII, esta revolução caracteriza-se pela passagem da manufatura à indústria mecânica. Com a introdução de máquinas fabris, o rendimento do trabalho e a produção aumentam. Ficou marcada por grandes avanços tecnológicos, sendo chamada de era das invenções. A máquina a vapor, o tear mecânico, os navios e locomotivas a vapor são algumas dessas invenções.

<sup>2</sup>Gutenberg, Johannes (c. 1368-1468) – Nascido por volta de 1368, Gutenberg foi um gráfico alemão que inovou a técnica de impressão ao inventar os tipos móveis. Foi o inventor global da prensa móvel e o primeiro a usar este método. Entre muitas outras contribuições para a impressão estão a invenção de um processo de produção em massa de tipo móvel, a utilização de tinta à base de óleo e ainda a utilização de uma prensa de madeira similar à prensa utilizada para espremer as uvas na produção vinícola. Tudo isto permitiu a impressão em massa e de forma rentável. O uso de tipos veio aperfeiçoar os manuscritos, revolucionando o mundo da impressão.

A sua publicação mais conhecida é a Bíblia de Gutenberg – também conhecida como Bíblia de 42 Linhas – iniciada em 1450 e terminada em 1455. Johannes Gutenberg faleceu em 1468.

<sup>3</sup>Stanhope, Lord Charles (1753-1816) – Filantropo inglês que, por volta de 1795, concebeu uma prensa totalmente fabricado em ferro (à excepção da cruz em madeira onde assentava). Possibilitou uma produção de 100 exemplares por hora. A pressão regulável através de uma alavanca, as calhas oleadas onde desliza o cofre e a capacidade, dada a sua força de pressão, de imprimir de uma vez só toda a superfície da forma foram as suas principais inovações na tecnologia gráfica. A expansão da sua invenção ao restante continente europeu foi muito rápida, tendo chegado a França em 1814, estando já há algum tempo ao serviço do jornal inglês *The Times*, no Reino Unido.

<sup>4</sup>Watt, James – Nascido na Escócia, em 1736, James Watt foi um matemático e engenheiro escocês, que ficou mundialmente conhecido quando, em 1763, melhorou a máquina a vapor Newcomen – a mais avançada de então –, constituindo um passo fundamental para a Revolução Industrial.

Descobriu que, para aperfeiçoar o seu funcionamento, era fundamental elevar a temperatura do vapor, arrefecendo-o depois bruscamente durante a expansão. Adicionou o condensador de vapor e outros artifícios destinados a melhorar o rendimento do motor. Procurou, assim, alcançar o máximo de vácuo no condensador, fechando o cilindro, que antes permanecia aberto, eliminou totalmente o ar e desenvolveu uma verdadeira máquina a vapor.

Com isto, permitiu aumentar em 75% o rendimento da máquina de Newcomen, dando origem à primeira patente registada por James Watt, em 1769. Morreu em Inglaterra, a 25 de Agosto de 1819.

<sup>5</sup>König, Friederich - Deve-se a Frederick König a introdução do mecanismo na imprensa. Em 1811, introduziu a energia a vapor e o movimento rotativo através do cilindro à prensa mecânica. Em 1812 cria uma outra máquina tipográfica num sistema que se pode denominar de plano-cilíndrico, que serve de modelo para a máquina que começou a imprimir o jornal *The Times* em 29 de Novembro de 1814. Foi adaptada a vapor, em 1814, passando a imprimir 1100 exemplares por hora. Em 1816, inventa uma máquina capaz de imprimir frente e verso. Em 1818, Frederick König associou-se com Frederic Bauer, fundando assim a famosa sociedade germânica König & Bauer, e ambos apresentam a primeira máquina de tiragem no sistema plano-cilíndrico.

<sup>6</sup>*The Times* – Jornal britânico de formato tablóide. Editado em Londres, é publicado diariamente desde 1785, e sob seu nome actual desde 1788. Fundado por John Walter, é normalmente chamado, de forma não oficial, como *The Times of London* ou *The London Times*, de modo a diferenciá-lo de outros jornais de nome similar, como o *The New York Times*. Ao domingo, é publicado o jornal *The Sunday Times*.

<sup>7</sup>Linotype – Linotype é uma máquina de composição de tipos de chumbo, que permitia compor uma linha inteira de texto. Esta linha, assim que batida no teclado da máquina, era logo fundida. Com esta mecanização, a produtividade do processo de composição aumentou: um operador de Li-

notype podia compor o equivalente à produção de sete ou oito compositores manuais. A máquina de composição Linotype que teve o maior sucesso foi a do alemão Ottmar Mergenthaler, inventada no ano de 1884, em Baltimore, nos EUA. A origem do nome vem de Mergenthaler, que viu na sua frase “*Line of type!*” um ótimo nome para sua empresa. A marca Mergenthaler Linotype começou a produção em série deste tipo de máquinas de composição que se expandiu a nível mundial.

<sup>8</sup> Mergenthaler, Ottmar – Relojoeiro e inventor, Ottmar Mergenthaler nasceu em 1864, em Bad Mergentheim, na Alemanha. Foi considerado, por muitos, o segundo Gutenberg pela invenção de uma máquina que revolucionou o modo de impressão, a Linotype – o primeiro dispositivo que completou fácil e rapidamente linhas de caracteres tipográficos para uso em prensa móvel. Faleceu em Baltimore, a 28 de Outubro de 1899.

<sup>9</sup> Xilogravura – Conhecida desde o século VI, a xilogravura é a técnica de gravura na qual se utiliza madeira como matriz e possibilita a reprodução da imagem gravada sobre papel ou outro suporte adequado. É um processo muito parecido com um carimbo. No século XVIII, Thomas Bewick utilizou uma madeira mais dura e com o auxílio de um cinzel o traço ganhou maior firmeza e definição. Os custos de produção contribuíram para a produção em massa das imagens pictóricas.

<sup>10</sup> Zincogravura – processo de gravar em chapa de zinco.

<sup>11</sup> Offset – *Offset* é a técnica mais usada nos dias de hoje. Aqui não existem relevos ou incisões sobre a matriz. Através de um método planográfico, as imagens e as partes de “não-impressão” estão no mesmo plano da matriz, feita de uma fina folha de alumínio. Na matriz, a imagem que se pretende impressa é feita para ser repelente à água e receptiva à tinta e as áreas em branco são receptivas à água e repelentes à tinta. Sobre um rolo é colocada a matriz, que ao rodar coloca a matriz em contacto constante com rolos humedecidos em água e tinta. A imagem, embebida de tinta, é depois transferida para outro rolo de borracha e depois transferida sobre pressão para o papel. As vantagens desta técnica, além de poder ser usada numa grande variedade de suportes lisos ou rugosos, são também a grande durabilidade da matriz, com um mínimo de pressão usada. Só é vantajosa para um grande volume de reproduções, dado o preço elevado da matriz (chapas e fotolitos).

<sup>12</sup> *The Sun* – Editado por Benjamin Day, na cidade de Nova Iorque, teve a sua primeira publicação em 1833. Começou com uma edição matinal, sendo introduzida, em 1887, uma edição nocturna. Posteriormente, em 1916, as duas edições foram compradas por Frank Munsey, que fundiu o *Evening Sun* com a sua *New York Press*. A edição da manhã do jornal *The Sun* foi incorporada por um tempo com *New York Herald* de Munsey, mas em 1920 voltaram a ser edições separadas, terminando com *The Evening Sun* e alterando o jornal *The Sun* para uma edição nocturna. Em 1950 terminou a sua publicação como *The Sun*, fundindo-se com o *New York World-Telegram* para formar um novo trabalho chamado de *New York World-Telegram and Sun*, em 1966.

<sup>13</sup> Rotativa Marinoni – marca de uma rotativa inventada pelo mecânico e tipógrafo francês Hippolyte Marioni. Esta máquina revolucionou o processo de impressão, ao imprimir 10 000 exemplares/hora e necessitando apenas de três operários. Vários jornais portugueses, como o *Comércio do Porto*, o *Primeiro de Janeiro* e o *Diário de Notícias*, tiveram nas suas oficinas máquinas deste inventor.

<sup>14</sup> Broadsheet – O formato broadsheet é o maior dos formatos de jornais e é caracterizado por longas páginas verticais e mede cerca de 56x32 cm (medidas estas que podem variar).

<sup>15</sup> Berliner – Berlinense, também conhecido como *berliner*, é um formato de jornal com páginas que normalmente medem 47x31,55 cm, ou seja, ligeiramente maior do que o formato tablóide compacto e mais estreito e mais curto do que o formato *broadsheet*. O jornal *berliner* é aquele cujo processo de produção se assemelha ao *standard*. Este formato é usado em vários diários europeus, incluindo o *Le Monde*, na França e o *La Repubblica*, na Itália. O jornal *The Guardian*, do Reino Unido, adoptou esse formato em Setembro de 2005.

<sup>16</sup> Tablóide – Formato de jornal surgido em meados do século XX. Cada página mede aproximadamente 27x43 cm. As notícias passam a ser tratadas num formato mais curto e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos diários de formato tradicional. Este formato é resultado da divisão

Correio da Manhã – 33 anos depois

do formato *standard* em duas partes, ou seja é a metade do formato. O formato assume um aspecto confortável, inclusive para encartes especiais ou cadernos suplementares de um formato *standard*, pelo encaixe perfeito entre os cadernos principais do jornal.



Cofina



A Cofina Media, fundada em 1995 com um capital social de cinco milhões de euros, é uma das principais empresas diversificadas no nosso país. Teve, até 2005, participações em vários sectores, como a pasta de papel e o aço, entre outros. Por volta de 2005, a Cofina ficou exclusivamente com os activos da imprensa. Tem registado um crescimento sustentado, quer por via orgânica, quer através de aquisições. Na busca incessante de liderança do mercado da comunicação social, aposta em duas vertentes: a via orgânica – reforçando a rentabilidade dos activos já existentes, investindo com capital nos jornais e revistas, otimizando a estrutura organizacional e controlando os custos – e a via não-orgânica – aumentando a sua dimensão, quer editorial, quer financeira.

Actualmente, a Cofina Media é líder em Portugal no domínio da imprensa, ambicionando deter uma forte presença em todos os segmentos de media em Portugal e em mercados naturais. Detém seis jornais e sete revistas em Portugal.

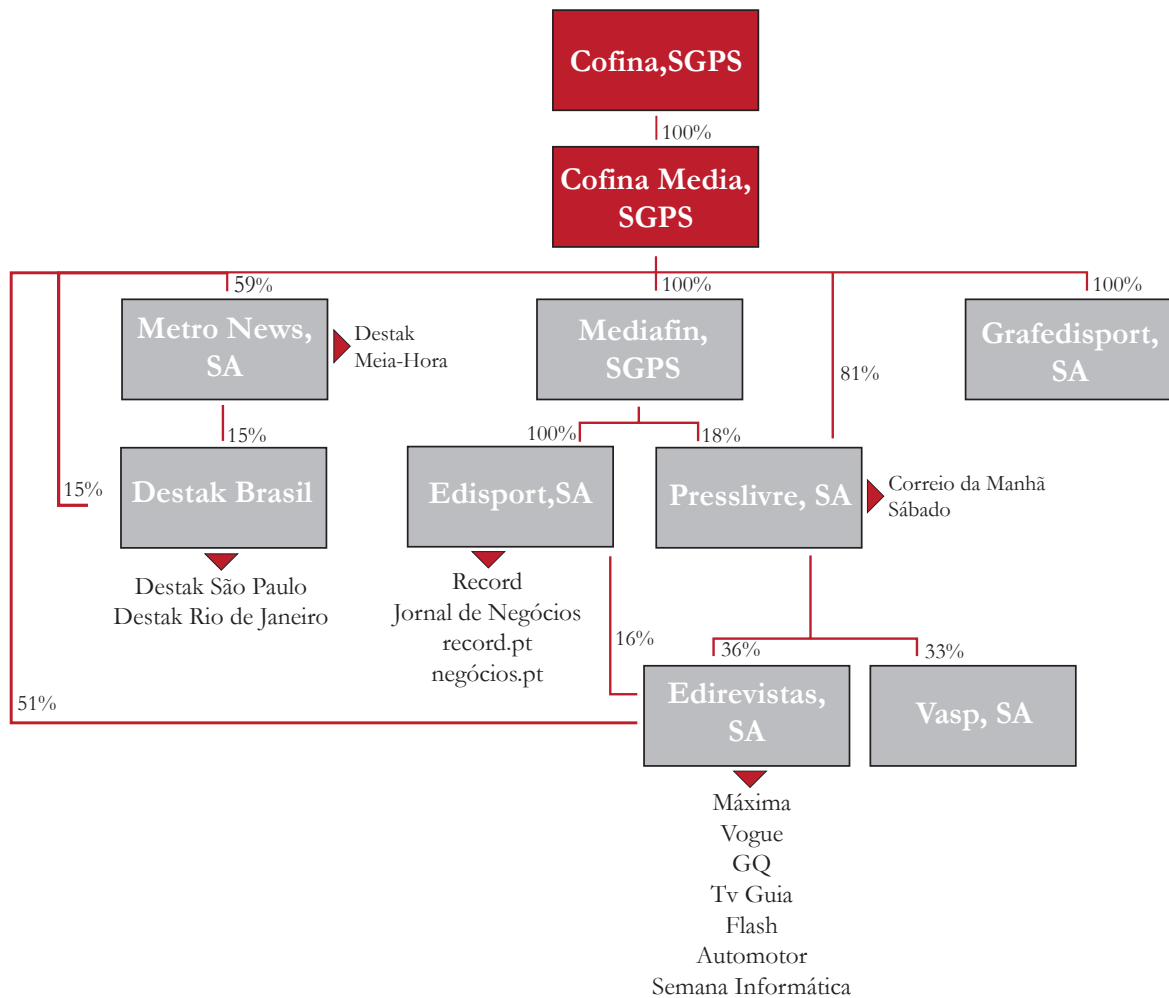
#### Principais evoluções da Cofina:

- 1995: formação do grupo Cofina Media
- 1999: aquisição da *Investec (holding de media)*
- 2000: aquisição do jornal *Correio da Manhã*
- 2002: aquisição da *TV Guia*
- 2004: lançamento da revista *Sábado*
- 2006: aquisição do *Destak*.
- 2007: lançamento do *Destak São Paulo*
- 2009: aquisição da edição portuguesa do jornal *Metro*
- 2009: lançamento do *Destak Rio de Janeiro*
- 2010: lançamento do *Destak Brasília*
- 2011: lançamento do *Destak Campinas*

Este grupo dispõe de vários títulos e meios de distribuição e explora, igualmente, o mercado publicitário. É considerado o maior grupo editorial em Portugal, com uma circulação global de publicações, em 2011, acima de 100 milhões de exemplares.

Actualmente, e de acordo com os dados do *Bareme Imprensa* da *Marktest*, em termos de audiências, o grupo Cofina pode orgulhar-se de ter os dois jornais com maior tiragem e os mais lidos em Portugal, no seu segmento, nomeadamente os jornais *Correio da Manhã* e *Record*.

## Estrutura orgânica do grupo Cofina



## Jornais



Fig. 21

*Correio da manhã:*

Jornal generalista diário mais procurado a nível nacional.

Online: [www.cmjornal.xl.pt](http://www.cmjornal.xl.pt)



Fig. 22

*Record:*

Jornal diário desportivo, focalizado no futebol, é líder de mercado no seu segmento. Vende cerca de 70 mil exemplares por dia.

Online: [www.record.xl.pt](http://www.record.xl.pt)



Fig. 23

*Destak:*

Jornal diário, gratuito, com notícias directas e curtas, com temas da actualidade. Tem perto de 600 mil leitores.

Online: [www.destak.pt](http://www.destak.pt)





Fig. 24

*Jornal de Negócios:*

Jornal diário de economia e negócios. Vende cerca de 8 mil exemplares por dia.

Online: [www.jornaldenegocios.pt](http://www.jornaldenegocios.pt)



Fig. 25

*Semana Informática:*

Jornal líder de tecnologias de informação.

Online: [www.semanainformatica.xl.pt](http://www.semanainformatica.xl.pt)



Fig. 26

*Metro:*

Jornal diário gratuito, é editado em vários países.

Online: [www.readmetro.com](http://www.readmetro.com)

## Revistas



Fig. 27

*Máxima:*

Pertence ao segmento de revistas mensais femininas. Aborda temas de interesse preferencialmente para a mulher, como moda e beleza. Vende cerca de 60 mil exemplares por mês.

Online: [www.maxima.xl.pt](http://www.maxima.xl.pt)



Fig. 28

*GQ:*

Foi a primeira revista editada em Portugal para o público masculino. Revista mensal, aborda temas como o desporto, saúde, moda e mulheres e circula com cerca de 14 mil exemplares por mês.

Online: [www.gqportugal.com](http://www.gqportugal.com)



Fig. 29

*Vogue:*

Editada em vários países, é uma revista mensal dirigida ao público feminino, sendo considerada o título mais prestigiado entre revistas de moda em todo o mundo.

Vende mais de 30 mil exemplares por mês em Portugal.

Online: [www.vogue.xl.pt](http://www.vogue.xl.pt)



Fig. 30

*Flash:*

Revista semanal da sociedade, assente na actualidade e informação social. Vende cerca de 50 mil exemplares semanalmente.

Online: não tem.



Fig. 31

*Sábado:*

Revista semanal, desdobra-se entre vários temas desde a actualidade nacional à internacional. As vendas semanais rodam os 65 mil exemplares.

Online: [www.sabado.pt](http://www.sabado.pt)



Fig. 32

*TVGuia:*

Revista semanal generalizada. Vende em média cerca de 70 mil exemplares por semana.

Online: não tem.



Fig. 33

*Automotor:*

Publicação portuguesa líder do seu segmento, aborda temas de interesse para o automobilista, centrando-se nas novidades, testes, guias de preços e características dos veículos vendidos em Portugal. Vende cerca de 20 mil exemplares. Online: [www.automotor.xl.pt](http://www.automotor.xl.pt)

## Record, líder no seu segmento

---

O jornal *Record* foi fundado a 26 de Novembro de 1949, por Manuel Dias, vendedor de jornais e atleta olímpico. Este pretendeu desde logo dar cobertura a todas as modalidades desportivas, dando maior destaque ao futebol. Foi privatizado em 1989, tendo estabilizado desde então - teve um percurso complicado, com diversas crises. Inicialmente semanal (saindo aos Sábados), o jornal *Record* passou, depois, a sair dois dias por semana (à Terça-feira e ao Sábado), em Abril de 1972 passou a ser trissemanário, saindo para as bancas inicialmente às Quartas, Quintas e Sábados, fixando-se depois às Terças, Sextas e Domingos e antes de se tornar num jornal diário a 1 de Março de 1995, ainda chegou a sair quatro vezes por semana e depois cinco. Lançou o site a 20 de Abril de 1999, [www.record.pt](http://www.record.pt), lançando-se, também no universos das redes sociais, tablet, iPad, iPhone, Android, etc.

Com formato tabloid, lidera a imprensa desportiva em Portugal, com uma média de vendas em 2011 de 62 245 exemplares (dados da Associação Portuguesa para o Controlo e Tiragem - APCT), com uma média de tiragem de 100 mil exemplares. O Bareme da Marktest do 1.º trimestre de 2012 confirmou Record igualmente como campeão de audiências na área do desporto e terceiro título de circulação nacional, com 783 mil leitores diários.

Record integra-se no universo das publicações da Cofina Media –, e é dirigido, desde fevereiro de 2003, pelo jornalista Alexandre Pais. Os diretores-adjuntos são António Magalhães e Nuno Farinha, e o subdiretor é Bernardo Ribeiro.



## Evolução gráfica: *Record*



Fig 34

*Record* em 1970



Fig 35

*Record* em 1989



Fig 36

*Record* em 1991



Fig 37

*Record* em 2000



Fig 38

*Record* em 2001



Fig 39

*Record* em 2004



Fig 40

*Record* em 2005



Fig 41

*Record* em 2012

## Máxima, “a revista da mulher portuguesa”<sup>1</sup>

Fundada no final dos anos 80, a revista *Máxima* constituiu um projecto pioneiro, quer pelo seu design gráfico apelativo e moderno, como pelo conteúdo editorial.

Lançada ao mesmo tempo que as suas concorrentes directas, as estrangeiras *Elle* e *Marie Claire* que na altura estavam a entrar no mercado português, foi-lhe conferida uma grande independência a nível gráfico, devido ao seu grupo editorial 100% português.

Pelo seu grafismo foi responsável o designer gráfico e especialista Fernando Coelho, que desempenhou o cargo de director gráfico na *Máxima* entre 1988 e 1993. Sucedeu-lhe Sofia Lucas, que actualmente se encontra como directora de arte desta revista. Em termos de conteúdo editorial, a máxima propõe a valorização da mulher, ao mesmo tempo que possui uma diversificada componente de moda, propondo às suas leitoras tudo aquilo de que podem usufruir no que respeita a cultura, beleza, entretenimento, bem-estar e lazer.

Durante 24 anos de existência, a máxima procedeu algumas vezes à renovação do seu grafismo, nunca perdendo a sua matriz de criação. Também foi lançada a revista *Máxima Interiores*, mas viria a terminar, em 2011, devido à quebra de vendas e à redução das receitas publicitárias. Ao contrário desta variante da *Máxima*, a revista *Máxima* em si é uma das publicações mais rentáveis do grupo Cofina, tendo tido uma tiragem de 73.000 e uma circulação de 43.956 exemplares, no segundo trimestre deste ano (dados APCT).



Fig 42

Revista *Máxima*, início



Fig 43

Revista *Máxima*, actual

## Principais grupos concorrentes

---



### Controlinveste

Um dos maiores grupos de media em Portugal com presença nos sectores da imprensa, rádio, televisão e internet. Controla dois importantes órgãos de informação - *Jornal de Notícias* (Porto) e *Diário de Notícias* (Lisboa e também da Madeira) -, mas também outros jornais como *O Jogo* (primeiro título de imprensa adquirido), *24horas*, *Açoriano Oriental* e *Jornal do Fundão*.

Detém, também, revistas como *A Volta ao Mundo* e *Evasões*. Inclui, também, no seu leque de sectores, a estação de rádio *TSF*, Lançou a *SportTV* e o jornal *Global Notícias* (diário gratuito). Detém uma forte presença no sector da impressão através de duas empresas gráficas, bem como no sector da distribuição.



### Grupo Impresa

Fundado em 1991, este grupo tem actividade dividida em três áreas de negócio – *SIC*, *IMPRESA Publishing* e *IMPRESA Digital*. Com interesses que abrangem uma estação de televisão, canais por cabo, o jornal *Expresso*, o grupo Impresa tem um extenso portefólio de revistas, várias propriedades na Internet (como o *AEIOU*) e ainda interesses na distribuição de publicações, detem revistas como a *Caras*, *Visão*, *Activa*, *Blitz*, *FHM*, *Casa Cláudia*, *AutoSport*, *Exame Informática*, *Super Interessante*, entre muitas outras.



### Grupo media Capital

Criado em 1992, o grupo Media Capital, assentou a sua actividade maioritariamente na área de imprensa. Detentora de vários canais de televisão (*TVI*, *TVI24 Horas*) e várias rádios, distribuição cinematográfica (*Castello Lopes*), etc. Entrou no mercado da publicidade em Outdoor, e criou o portal de internet *IOL*.

Em 2004 marcou o início de uma nova fase na vida do Grupo com a entrada da empresa em bolsa e o consequente aumento de visibilidade. Em 2005 o Grupo Prisa tomou uma importante participação na Media Capital, tendo passado a assumir a sua gestão executiva desde então. Em 2007 o Grupo Prisa passou a deter a quase totalidade do capital da empresa.

Detém a rádio *Comercial* e a *Nostalgia, Cidade FM*, entre outras rádios de sucesso.

Em 2008 adquiriu a *Plural Espanha* que mais tarde deu lugar à *Plural Entertainment*, uma das maiores produtoras internacionais.



## Impala

Detém revistas como a *Vip*, *Nova Gente*, *100% Jovem*, *TV 7 Dias*, *Afro*, *Maria*, *Ana*, *Nova Gente*, *Soluções*, *Linhas e Pontos*, *Mulher Moderna*, *Especial Crescer*, *Especial Boa Forma*, *NG Decoração*, *Focus*, *Segredos de Cozinha* e *Mulher Moderna na Cozinha*.

Edita livros juvenis e infantis, de culinária, de saúde e beleza, gravidez e bebé, escolares, etc.





## Como surgiu o jornal *Correio da Manhã*

---

O jornal *Correio da Manhã* foi um projecto iniciado em Novembro de 1978 numa cave situada perto do Príncipe Real, em Lisboa, pelas mãos de Vítor Direito, Carlos Barbosa e Nuno Rocha, três dos principais fundadores.

Arrancou com um capital de 1350 contos (cerca de 6750 euros), através de um grupo de empresários do norte do país, conseguido por Nuno Rocha, que apostaram e investiram no *CM*. De seguida, fizeram um aumento de capital para 7 mil contos, chegando aos duzentos sócios. Nessa época havia um nicho de mercado para tablóides, o que levou os fundadores do jornal a agirem no sentido de criarem um diário que conseguisse chegar à liderança de vendas, o que foi atingido. Um dos factores, que reflectiu esta necessidade de se destacar foi a escolha do nome *Correio da Manhã*, que surgiu pela vontade de fugir ao padrão da época. A existência dos jornais *Diário de Lisboa*, *Diário Popular* e *Diário de Notícias* fez com que os fundadores fugissem à palavra ‘diário’. Várias propostas foram dadas, mas a opção quase unânime foi a de *Correio da Manhã*.

Graças aos leitores e a muitos amigos, que sempre acreditaram neste novo projecto, o *CM* foi um jornal que, não nascendo “vitorioso”, superou todas as dificuldades (falta de capital, problemas de distribuição, boicotes) e tornou-se numa referência da comunicação social portuguesa.

A proposta deste novo formato foi várias vezes apresentada a Mário Soares, Presidente da República na altura, mas este nunca acreditou na ideia. Foi então que Vítor Direito, desafiado por Nuno Rocha (jornalista experiente que arranjou grande parte do financiamento para o arranque do jornal) se decidiu a lançar o *CM*.

Com formato e conteúdo diferentes dos outros jornais em Portugal, que na época eram muito politizados, surgiu com grande novidade numa sociedade ainda imersa na crise política consequente à Revolução.

Pela primeira vez na época em que se vivia, o jornal oferecia uma leitura totalmente informativa. As notícias de Portugal e do mundo passaram a ser tratadas objectivamente – o que na altura se revelava inédito devido à época propícia aos excessos do jornalismo de formação política – e de forma mais simples e clara, para que chegasse aos leitores de diversas condições e níveis culturais.

Jornal de cariz popular cujo estilo constituiu uma novidade para a imprensa portuguesa daquele período, o *Correio da Manhã* é, de alguma maneira, um dos herdeiros da imprensa popular (*penny press*) que surgiu no final do século XIX nos Estados Unidos, com Pulitzer e Hearst.

O facto de não dar grande destaque a assuntos políticos, o que naquela época era o mais comum, confinou-lhe uma dimensão própria, que o fez sobressair dos outros jornais da época.

Graças a Vítor Direito, o *CM* ganhou uma imagem de marca, devido à sua irreverente e sintética prosa publicada diariamente no *Bilhete Postal*. Nascido sob influência da imprensa tablóide pelo seu grande formato, continha uma primeira página dominada por fortes manchetes. A paginação mostrava-se diferente, original, enérgica, inédita e moderna para a altura. No entanto, a grande diferença estava no seu interior.

O *CM* apostou, também, em dar voz às pessoas e leitores, aos bairros, às pequenas comunidades... Foram pioneiros na publicação do jornal ao domingo, o que contribuiu para a implantação do novo título, e nos patrocínios de eventos com a respectiva cobertura.

Recentemente, pela ocasião dos 30 anos do diário, Carlos Barbosa, actual presidente do Automóvel Club de Portugal e um dos fundadores do *CM*, afirmou ao jornal *Público* o seguinte: “Da vontade de fazer um tipo de jornalismo que não havia em Portugal nasceu um jornal popular, mas não era um jornal popularucho. Hoje, o *Correio da Manhã* é popularucho e não popular. O *Correio da Manhã* modificou-se e já não é o mesmo jornal”<sup>1</sup>.

Discordando desta afirmação, o actual director do *Correio da Manhã*, Octávio Ribeiro, afirmou que o perfil do jornal permanece o mesmo e justificou: “Somos um jornal generalista, que privilegia a notícia e estabelece um elo de estreita confiança com os leitores. Buscamos o pulsar do país, dia após dia. O *Correio da Manhã* tem uma história repleta de génio, esforço, trabalho e sucesso”<sup>2</sup>, disse aquele que é o director do jornal desde Fevereiro de 2007.

---

<sup>1</sup> <http://www.publico.pt/Media/correio-da-manha-cumpre-30-anos-1369744>

<sup>2</sup> <http://www.publico.pt/Media/correio-da-manha-cumpre-30-anos-1369744>

## Vítor Direito e Carlos Barbosa

---



**Fig. 44**

Vítor Direito e Carlos Barbosa,  
nos anos 80

Jornalista ímpar e com uma carreira de destaque, Vítor Direito deixou a sua marca no *Correio da Manhã* (CM), de que foi fundador e primeiro director.

É responsável pela criação do primeiro título português a praticar o jornalismo virado para o povo, publicação que se tornou um dos maiores êxitos editoriais do país – o jornal *Correio da Manhã*.

Licenciado em Direito pela Universidade de Lisboa, iniciou-se no jornalismo desportivo e na rádio no Porto, de onde saiu para o *Diário de Lisboa*, em 1951. Em 1972, ajudou Raul Rego a fundar *A República*, do qual foi ainda chefe de redacção.

Numa época em que a censura estava em alta, “Vítor Direito muito rigoroso e independente, sofreu muito nessa fase difícil, porque era muito atacado e criticado como sendo de direita”, recorda-se Arons de Carvalho, então em início de carreira como jornalista. Foi ainda chefe de redacção do *República*, mas com a extinção do jornal, acompanhou Raul Rego na criação de *A Luta*, onde foi director-adjunto. Herdeiro de um feitio liberal, independente e desassombrado, possuía uma vocação e talento para os jornais.

Outro fundador do jornal com maior audiência em Portugal, foi Carlos Barbosa, que não só ajudou a impulsionar o jornal no mercado português com também foi o principal responsável pela inovação de marketing que o jornal trouxe ao nosso país. Aliado a Vítor Direito desde *A Luta*, iniciou-se no projecto CM, em Novembro de 1979, responsabilizando-se da área comercial, publicitária e patrocínios.

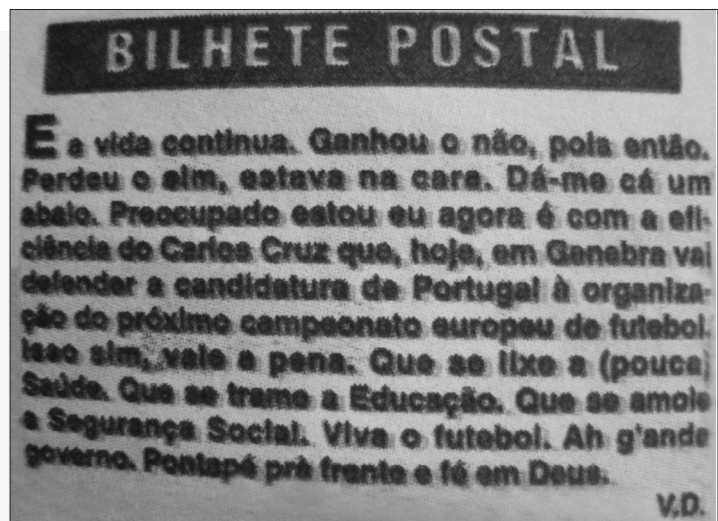
No Inverno de 1979, aventuraram-se a lançar o CM. Foi há 33 anos.



**Fig. 45**

Numa cave da Ruben A. Leitão, na zona do Bairro Alto-Príncipe Real, nasceu a publicação que viria a ser o jornal mais lido do país.

**Fig. 46**  
Célebre *Bilhete Postal*, fazia um retrato fiel e crítico da sociedade portuguesa



**Fig. 47**

Vitor Direito foi o primeiro director do jornal *Correio da Manhã*



**Fig. 48**

Na Rua Mouzinho de Silveira, situa-se o segundo edifício ocupado por elementos do CM e criado exclusivamente para os acolher entre 1988 e 1997



**Fig. 49**

Ruas de Lisboa: o jornal rapidamente conquistou o cidadão comum.



**Fig. 50**

Um dos primeiros carros de serviço dos jornalistas.



**Fig. 51**

Mudança de edifício para a Av. João Crisóstomo, número 72.



**Fig. 52**

Redacção do CM no Edifício da Av. João Crisóstomo



## Cronologia do jornal *Correio da Manhã*

A 19 de Março de 1979, é publicado o primeiro número do jornal *Correio da Manhã*.

Cerca de um ano depois da primeira publicação, a 27 de Maio de 1980, é inaugurada a primeira delegação do CM, em Faro, que proporciona uma maior e mais precisa cobertura da região. Posteriormente foram abertas outras delegações no país.

Em Novembro de 1981, é adicionada à edição de domingo uma revista generalista e inédita na imprensa portuguesa, com trinta e duas páginas e a cores. Com o título *Correio de Domingo*, faz do CM o jornal mais falado e procurado, num período que era caracterizado pelo acentuar da crise económica.

Em 1986, sete anos após a sua fundação e momentos difíceis, nomeadamente a nível financeiro, o jornal torna-se viável e sólido, tendo uma tiragem diária em circulação de 60 mil exemplares.

Dado o aumento do número de pessoas a trabalhar na redacção do jornal nos serviços administrativos e comerciais, dá-se a primeira mudança de edifício, em Outubro de 1988, para a Avenida Mouzinho de Silveira, em Lisboa, criado exclusivamente para os acolher, entre 1988 e 1997.

Em 1991, mais precisamente em Julho, é criada a revista de informação, entrevista, reportagem e programação, *Correio Tv*. Inteiramente destinada à televisão, é uma revista de trinta e duas páginas, totalmente a cores, que se junta à edição de sexta-feira do CM, e que vai constituir mais uma novidade na imprensa portuguesa.

Em Novembro de 1992, Agostinho Azevedo, até então chefe de Redacção, é nomeado director. Vítor Direito passa, então, a ocupar o cargo de Presidente Director-Geral.



**Fig. 53**  
CM de  
1979



**Fig. 54**  
*Correio de*  
*Domingo* de  
22 de Junho  
de 1986



**Fig. 55**  
Capa do  
suplemento  
*Correio TV*

A capa do jornal que até 18 de Outubro de 1992 era a duas cores (com excepção do título), passa a ser a quatro cores, o que o faz sobressair entre os jornais diários. Já tinha sido usado com sucesso no corpo do jornal no suplemento desportivo *Correio da Manhã Desporto* e em quatro páginas diárias, mas o processo de impressão a cores veio a crescer nos anos seguintes como um número crescente de páginas a cores.

O CM começa a ser o único jornal português a oferecer três revistas semanais aos leitores, ao ser incluída, em 1993, nas edições de quarta-feira, a revista feminina *Casa*. Com 24 páginas integralmente a cores, esta revista, oferecida gratuitamente, tem como temas moda, receitas, família e saúde, que constituem a essência da cada edição.

O desenvolvimento/crescimento desta publicação, exige uma nova mudança de edifício. Em Dezembro de 1997, o *Correio da Manhã* muda-se para as novas instalações situada na Avenida João Crisóstomo, n.º72, em Lisboa.

Em Março de 1998, é estabelecida uma proximidade com o leitor e proporcionada uma informação em constante actualização, ao certificar noticiário através do portal Netc.

A PressLivre, empresa proprietária do *Correio da Manhã*, é comprada em Novembro de 2000, pela holding (sociedade gestora de participações sociais) Cofina, um dos maiores grupos portugueses de imprensa.

Para estabelecer um contacto ainda maior com os leitores, é criado em 2002, o *Correio da Manhã on-line*, [www.correiomanha.pt](http://www.correiomanha.pt), onde cada edição do jornal era inserida na internet.

Em 2002, mais precisamente a 14 de Dezembro de 2002, é nomeado director João Marcelino, o até então director do jornal desportivo *Record*.

A secção *Correio do Leitor* que dá voz às queixas, opiniões e notícias dos leitores, através da prática de um jornalismo de proximidade e interactividade, é renovada a 12 de Junho de 2004. Assim, o jornal, que presta o serviço de mediação entre as entidades competentes e o público, tenta resolver os



**Fig. 56**  
Edifício na Av. João  
Crisóstomo



**Fig. 57**  
Visualização antiga  
do site do CM



**Fig. 58**  
João  
Marcelino



mais diferentes assuntos locais, que não são solucionados por ninguém.

No final do ano de 2004, é renovado o site do correio da manhã, de modo a facilitar a consulta.

A 24 de Fevereiro de 2007, Octávio Ribeiro, até então director-adjunto do *CM*, é nomeado director, procedente do pedido de demissão de João Marcelino.

Em Maio de 2007, é criado um novo suplemento de 16 páginas, denominado *Primeiro Emprego*, enaltece as publicações de sexta-feira, difundindo ofertas de colocação disponíveis nos centros de emprego. Através de reportagens e entrevistas, os leitores ficam a par de úteis sugestões dadas por quem conseguiu emprego.

Em 12 de Janeiro de 2008, a revista *Vidas*, é reformulada na íntegra e volta a ser publicada aos sábados, gratuitamente. São, actualmente, 76 páginas dedicadas aos famosos de Portugal e do Mundo, o que cada um veste, locais que frequentam, etc. Cada número contém, também, o espaço *Êxito*, sobre música, cinema, teatro, tunas e diversão. Para o sucesso da edição de sábado do *CM* contribui ainda o caderno *Sport*, que trata, desde Setembro de 2006, grandes casos do futebol e de outras modalidades.

Precisamente no dia do 29.º aniversário do jornal, o site do *CM* é remodelado, complementando a edição impressa. A proximidade com o leitor é torna-se mais viva, nomeadamente através da disponibilização constante de fotografias e vídeos. Gera-se uma grande interactividade entre o jornal e os leitores, a partir do momento em que eles comentam os assuntos que lhes suscitam maior interesse e enviam fotografias, susceptíveis de serem publicadas quer no site quer no jornal. Permite, também, aos jornalistas da secção *On-line*, colocar e actualizar informação de notícias, de maneira a estar sempre actualizado.

No final de 2011, é criada a aplicação do jornal *Correio da Manhã* para *Ipad*.



**Fig. 59**  
Director  
Octávio  
Ribeiro



**Fig. 60**  
Suplemento  
*Primeiro*  
*Emprego*



**Fig. 61**  
Capa actual  
do suple-  
mento *Vidas*



**Fig. 62**  
Visualização actual do site  
do jornal *Correio da Manhã*



Fig. 63

Fachada do actual edifício

De 24 para 25 de Janeiro de 2012 efectua-se a mudança para o novo edifício, juntando assim todas as publicações do grupo Cofina num só edifício, situado no Arruamento D à Rua José Maria Nicolau, Lisboa.

## Existência de outras publicações com o mesmo título

Bem antes deste jornal de sucesso, já tinham existido três tentativas de publicações com o mesmo título - *Correio da Manhã*. Em 1884, pelas “mãos” de Pinheiro Chagas, saiu para as ruas o periódico com este título. Tinha quatro páginas, em letra minúscula e sem o recurso a títulos que as destacassem, as notícias eram dispostas na página com uma linha de intervalo. Acabou por não ter vida longa, nascendo, em 1898, o seu sucessor *Diário da Manhã*. Entre esta edição e o jornal de hoje existiram outras duas edições. A segunda tentativa foi em 1889, reeditado um ano depois da sua “queda”, por Júlio de Sousa, possuindo seis páginas, onde a gravura já marcava uma presença acentuada. E a terceira foi em 1921, dirigido por Aníbal Soares. O último exemplar da terceira edição do *Correio da Manhã*, data de 31 de Dezembro de 1925 e foi dirigido por Lopo Vaz de Sampaio e Mello.

Fig. 65  
Exemplar das  
primeiras publica-  
ções do jornal  
*Correio da  
Manhã*, datado de  
1884



Fig. 64

Terceira tentativa de  
publicações do jornal  
*Correio da Manhã*,  
datado de 1921



Fig. 66

Terceira tentativa de  
publicações do jornal  
*Correio da Manhã*,  
datado de 1921

## Parte 4

---

## Histórias que marcaram

---

### Assassino do Osso da Baleia

Reportagem esta que foi publicada em primeira mão pelo *Correio da Manhã*.

É o caso de um diário de um assassino, que inicialmente foi publicado no *CM*, a 7 de Março de 1987, com a notícia sobre o crime que Vítor Jorge, um homem de 39 anos, banqueiro de profissão, residente na Marinha Grande, cometera. Assassinado a mulher e a filha, com uma faca de cozinha. À data dessa publicação, desconhecia-se ainda o extensão da tragédia, que no total vitimou 7 pessoas, cinco na Praia do Osso da Baleia (Pombal), duas em Casalinho (Marinha Grande).

A história juntou-se ao jornal a partir do momento em que Vítor Jorge envia o seu diário, de 100 páginas, para a redacção do *Correio da Manhã*. “Uma carta com o referido documento fora registada pelo assassino no CTT de Santana, em Leiria, às 19h00 de 2 de Março. Apresentava dedadas de sangue”. Fora enviada em nome do colaborador João Patrício, mas esteve “ignorada” alguns dias, por o destinatário se encontrar doente. “O aparecimento de rumores de que havia um diário do referido indivíduo, que os jornalistas da época procuravam, levou o chefe da Secretaria de Redacção, Rodrigues Vaz a procurá-lo no depósito de cartas.” Lá estava ele, um pedaço de história tinha sido descoberto. Fora, posteriormente, anexo ao processo 218/87 do 3.º Juízo Criminal do Tribunal de Leiria.

### Porque escolheu Vítor Jorge o *CM* para entregar o seu diário?

Segundo o próprio, a maneira de João Patrício escrever agradava-lhe. Relatos no diário, referiam que Vítor se sentia “tão perto da carta” do colaborador quando este escreveu um artigo intitulado de ‘Perto do outro mundo’, não resistindo “à tentação estando (ele) já no outro mundo”. No final do diário, Vítor Jorge escreveu a frase: “Lamentavelmente consumado e engrossado o início da loucura. Médicos, agora acreditam? Osso da Baleia”.

### Relatos

Foi no Domingo de carnaval de 1987, que Vítor Jorge saiu de casa para se encontrar com cinco amigos, três raparigas e dois rapazes, matando-os, posteriormente, a tiro de caçadeira e pistola de calibre 6,35 mm. Matou Leonor Tomás, 20 anos, José Pacheco, 21, Luís Teixeira, 17, Maria Araújo, 20, e Maria Isabel Moreira, 19, na praia do Osso da Baleia. Depois apareceu a casa, pedindo ajuda à mulher com o argumento de ter atropelado uma pessoa, levando-a até a um pinhal onde a apunha-

lou pelas costas com cinco facadas. Voltou a usar os mesmos argumentos com duas filhas (separadamente). Conseguiu matar a mais velha, vindo a mais nova a escapar por entre os pinhais depois de ter implorado ao pai para não a matar. Matou Carminda (esposa) e a filha Anabela, de 17 anos. Sandra, com 14 anos, escapou. O outro filho de Vítor, de apenas 11 anos, não deu pela tragédia.

### Justificação da chacina

No diário, justificou a chacina com a incompreensão daqueles que o rodeavam, com problemas no trabalho, com os comportamentos inadequados das mulheres.

“Mas devo afirmar obcecado ou não, três mulheres ajudaram a cavar a minha cova: minha mãe, minha mulher e minha filha. Quando uma mãe deseja ver o seu filho morto a vê-lo casado, quando a esposa diz para o marido mata-te, e quando a filha grita eufórica até que enfim, o pai pensa no divórcio; que mais resta afinal? Que objectivos mais se vislumbram no horizonte de um homem marcado?”. Culparizou a mãe, a mulher e uma das filhas, pela tragédia.

### Perseguição e pena

Abandonado o local, Vítor Jorge, viria a ser perseguido pela GNR de Leiria, tendo sido detido a 5 de Março, 4 dias depois dos crimes.

Foi condenado a pena máxima, que na altura era de 20 anos, previstos na Lei.

Cumpriu apenas 14 anos de prisão.

### Hoje

Actualmente, Vítor Jorge, mais conhecido pelo nome ‘Mata Sete’ ou ‘Assassino da Marinha Grande, tem 64 anos e refugia-se na ilha da Córsega desde que, em Outubro de 2001, foi posto em liberdade.

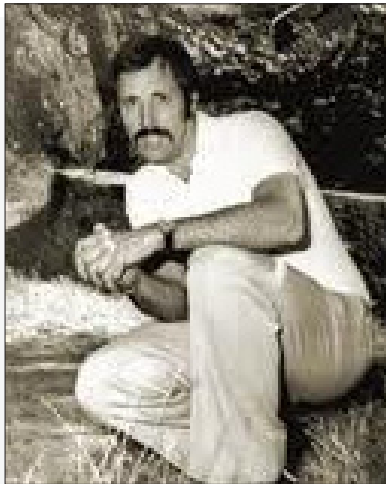
Considerado um homem doente, sobreviveu a uma dúzia de tentativas de suicídio. Continua a ter acompanhamento psiquiátrico constante e tem o apoio incondicional de uma prima – Isabel Jorge, que o acolheu assim que saiu da prisão. Tem há anos uma companheira, de nome Christine, da qual se separou recentemente.

### Preocupação

Segundo a prima, Vítor sente remorsos e arrependimento, mas voltou a ser violento aquando da separação. “As coisas não estão nada bem. (...) Não estava à espera disto. Ele voltou a fechar-se. Está para fazer alguma. Isto está a preocupar-me” – Isabel Jorge.

### Imagens publicadas à data





**Fig. 67**

Fotografia de Vítor Jorge à data do crime



**Fig. 68**

Vítor Jorge (segundo à esquerda), participou na reconstituição do crime. (Fotografia Expresso)



**Fig. 69**

Capa do jornal CM de 7 de Março, onde revelam o diário



**Fig. 70**

Vítor actualmente

## Jovem preso na Redacção

Foi em 1981 que Adolfo Carlos chegou ao *Correio da Manhã* e confessou: “Espetei-lhe a navalha nas costas”. Este jovem de 18 anos, desferiu vários golpes de navalha nas costas da namorada. A jovem, de 17 anos foi transportada ao hospital, tendo ficado em estado grave. A 26 de Janeiro de 1981, Adolfo e Ana Maria, vítima, estando zangados, combinaram um encontro para fazer as pazes. Contudo, chegando à hora e local combinado, quem apareceu não foi Ana Maria, mas sim dois irmãos, que lhe disseram que ela não iria ao encontro. Movido pelos ciúmes, dirigiu-se a casa da namorada e após ela dizer que não queria continuar o namoro, esfaqueou-a repetidamente. Posto isto, Adolfo fugiu para as instalações do *CM*, na rua Ruben A. Leitão, em Lisboa. Como eoutros, o jovem escolheu o jornal *Correio da Manhã*, para contar o seu tresloucado acto e os motivos que o levaram a fazer tal coisa.

## Alvo

Atribuiu o motivo ao facto de não gostar que a namorada fosse todas as noites para o café, fazendo-se acompanhar de duas irmãs já casadas e que se relacionasse com o empregado do estabelecimento, que por sinal gostava da vítima. Ao confessar, fez um apelo a todos os jovens, para que estes não acreditassem nas mulheres, afirmando que estas “mentem mais do que os homens”. Adolfo Carlos era, entretanto, levado com ordem de prisão por dois elementos da PSP, que alertados pelo facto, se dirigiram à redacção do jornal.



Fig. 71

Capa do jornal do *CM* que dava a conhecer o acto tresloucado do jovem



Fig. 72

Ampliação do jornal ao lado

Estas duas histórias contadas em primeira mão pelo jornal *Correio da Manhã*, revela o quanto de popular ele tem. A esfera da polémica-sexo-escândalos assumia (e assume) grande destaque neste jornal.

Valendo-se de estratégias sensacionalistas, de títulos fortes, de fotos apelativas e da ênfase dada a temas criminais, este jornal levava ao leitor aquilo que o povo queria ler.

A forma como os textos são elaborados, de forma clara, directa e por vezes chocante, fazem dele um jornal com características populares. Estes jornais abordam temas essencialmente ligados ao quotidiano, onde circulam e dão voz aos problemas dos cidadãos “deixados de lado” pelo jornalismo de referência.

Nestas duas histórias, podemos perceber a importância que é dada à escolha das palavras, escolhendo frases curtas e chamativas e fortes, como é o caso da Fig. 69, ao qual Vítor Jorge é apelidado de “assassino”.





## Constituição de uma redacção

---

Considerada o coração de um jornal, a redacção é, acima de tudo, onde a informação se torna notícia. É uma espécie de subsistema onde todos os elementos envolvidos na criação de um jornal se unem para a concretização de um fim comum - a elaboração de uma publicação, encontrando-se estruturadas em redor de núcleos de pessoas especializadas para determinadas e distintas funções.

Entre os elementos que compõem o sistema na redacção, podemos destacar a Direcção, a Chefia de Redacção, as editorias (ou secções, coordenadas por um editor e pelas quais se distribuem os jornalistas), a Revisão, a Secretaria de Redacção, Fotografia, Paginação. Por conseguinte, existe o Tratamento de Imagem, Infografia e o “Envio” (é quem se responsabiliza pelo envio do jornal para as gráficas). Entre estes elementos há a considerar a figura do director, do chefe de redacção, dos cronistas e articulistas, dos redactores principais, dos colaboradores, dos e do secretário de redacção. (É de realçar que estas designações podem variar de jornal para jornal).

### Director

A direcção do *Correio da Manhã*, que desde Fevereiro de 2007, é liderada por Octávio Ribeiro, representa o jornal. O director dirige e coordena a publicação no seu conjunto, de acordo com a política editorial da empresa. Assume responsabilidades legais e com isso é o responsável máximo legal pelo conteúdo da publicação. Cabe ao director estabelecer a “ponte” entre os cronistas e articulistas mais importantes, como também redigir os editoriais, particularmente os de maior significado. Também é da responsabilidade do director supervisionar a realização da publicação, em especial a composição da primeira página. O director deve, também, zelar pelo bom ambiente na redacção. É assegurado por directores-adjuntos, formando com ele a direcção.

### Chefes de Redacção

Os chefes de redacção têm geralmente a responsabilidade de fazer a atribuição das páginas aos respectivos editores, solicitar colaborações regulares, aceitar, rejeitar ou reelaborar textos enviados pelos editores, a aceitação ou rejeição de fotografias ou outro elemento gráfico, a elaboração da planificação da primeira página e o destaque a dar a cada notícia (em conjunto com os editores e, eventualmente, com o director).

É frequentemente apoiado pelos directores-adjuntos e subchefes.

## Revisores

Compete aos elementos desta secção fazer a revisão dos textos e do produto final, corrigindo erros ortográficos, falhas de coerência no sentido do texto, etc. Não só fazem a revisão ao *CM*, como também fazem a todas as publicações que o acompanham, como revistas e suplementos.

A leitura feita pelo revisor e a sua intervenção são o último «filtro» antes de a notícia aparecer na manhã seguinte nos jornais à venda nas bancas. O revisor é, assim, a última garantia de controlo de qualidade antes de os jornais chegarem às mãos dos leitores, no seguinte dia.

## Editores

Os editores são os jornalistas responsáveis por determinada secção. Por outras palavras, cada secção (Política, Desporto, Economia, etc.) no jornal é “chefiada” por um editor, que coordenada os jornalistas da sua editoria. Este elemento, para além de coordenar a sua secção, tem como função rever, reelaborar textos produzidos pelos seus jornalistas, decidir com a chefia ou direcção os temas a tratar, o espaço que será consagrado a estes temas e a sua disposição gráfica na página. Compete-lhe também fechar as páginas, para serem vistas pela revisão. Trabalha em linha directa com o chefe de redacção, a fotografia e o director de Arte (que coordena a paginação).

## Secretaria

A secretaria de redacção faz a ponte entre o sector administrativo e a redacção. Auxilia os chefes de redacção, com quem trabalha em conjunto, distribuindo serviço pelos jornalistas, controlando e organizando as suas deslocações em trabalho, a necessidade ou não de transporte, e elaboram as agendas, organizam algumas secções como os cinemas, as farmácias, as efemérides, horóscopo, passatempos, e jogos de sorte (euromilhões, etc.).

## Cronistas/colunistas ou articulistas

Cronistas/colunistas ou articulistas são geralmente colaboradores regulares de relevo público, que em dias determinados, possuem espaços próprios para escreverem. O tema das crónicas ou artigos de opinião são geralmente ao critério do autor. Pode dizer-se que pertencem à lista de atributos que uma publicação tem, tornando-a mais aceitável e apetecível aos olhos do público.

## Redactor Principal

O redactor principal encarrega-se sobretudo por escrever artigos especiais, crónicas, reelaborar textos tornando-os mais apelativos e compreensíveis ao leitor.

## Paginação

Cabe à paginação desenhar todas as páginas que sejam necessárias - grande parte do jornal tem por base um catálogo com páginas previamente desenhadas em que é o próprio jornalista que a escolhe e coloca na página de acordo com o que tem para apresentar, tendo sempre em atenção à colocação da publicidade e às páginas com que estão ao lado - ou fazer alterações de acordo com as necessidades do jornalista. Corrige irregularidades gráficas no texto (por exemplo, dentes-de-cão), títulos e textos que à primeira não cabem, altera/verifica estilos e tamanhos, coloca imagens - quer para serem tratadas pelo tratamento de imagem quer estejam já tratadas -, ou seja, faz tudo o que está relacionado com o grafismo da página.

## Tratamento de Imagem

No tratamento de imagem trata-se todas as fotografias e faz as montagens desenhadas previamente pela paginação. Fazem-no não só para o jornal *Correio da Manhã* como também para as outras publicações adjacentes a ele, como as revistas semanais *Correio TV*, *Vidas* ou *Domingo* e todos os suplementos.

## Infográficos

Realizam infografias de acordo com o que lhes é pedido com a informação que lhes é fornecida. Trabalham em linha directa com a paginação e com os jornalistas. Algumas das infos que aparecem no jornal são fixas em termos de formato e elementos gráficos, embora a informação seja alterada e actualizada todos os dias. É o exemplo das audiências, apresentadas na secção “Televisão&Média”, ou até mesmo o mapa do tempo, situado na secção “Agenda”.



## Elementos que constituem um jornal (análise do CM)

### Primeira página

Possui os principais destaques das notícias de maior importância que vêm no interior da publicação, podendo ter só uma manchete (notícia de maior destaque). Permite ao leitor “espreitar” a edição e ter uma ideia do que está no interior do jornal. Por outras palavras, é o rosto da publicação que ajuda, muitas vezes, à sua venda. Tem de ser apelativa. Possui o título do jornal/logótipo em destaque na parte superior da primeira página, que geralmente mantém sempre a mesma posição, contendo por baixo o nome do director, director-adjunto e subdirector, e na parte superior a data e o preço do jornal.

O jornal *Correio da Manhã* foi criado sob influência do formato tablóide. Esta publicação mede



Fig. 73

Primeira página do jornal *Correio da Manhã* e medida em valores aproximados.

aproximadamente 27,3 x 36 cm (largura x altura), tendo uma mancha gráfica de aproximadamente 25,7 x 33,7 cm. Tem como margem inferior uma margem de 1 cm, laterais (quer interior, quer exterior) 8 cm e como margem superior tem 1,2 cm de altura. Estes valores são aproximados, podendo variar quer com o grafismo da página (imagens a sair da mancha) ou até mesmo devido ao corte do jornal na gráfica.

Quanto à notícia, a manchete trata a notícia mais importante. Designadamente, é um título de maior destaque, no alto da primeira página, apelativo e normalmente acompanhado por uma imagem. Só existe uma manchete em cada publicação, referente à mais importante notícia dentre as notícias contidas na mesma publicação - chamando-se ‘manchete de primeira página’.

## Logótipo

Tem de ser identificável e claro, inalterado ao longo da sua existência. É por isso que lhe chamam a alma do jornal. Mantém sempre a mesma posição na página, no cimo e ao centro. Pode ter variações de tamanho para qualquer aplicação no interior do jornal, podendo ser reproduzido (quer aumentado, quer diminuído) à proporção. Sai sempre na primeira página, pois é o que identifica a publicação no meio de muitas outras. Por vezes acontece haver o que nós chamamos de “capas falsas”, o que faz com seja uma exceção à obrigatoriedade da existência do logótipo na primeira página. Isto acontece quando à última hora aparece uma notícia de extrema importância e impacto que tenha mesmo de sair no dia seguinte, mas que já não vai a tempo de entrar na publicação em si, ou então devido a publicidade de página inteira. Contudo, é muito raro acontecer.
















**Fig. 74**

Logótipo do jornal *Correio da Manhã* e tamanhos aproximados.

## Secções

Cada página de abertura de secção tem a sua distinção quer pelo nome quer pela cor. Nas paginas seguintes, e esta informação já esta mais contida, possuindo apenas o nome do jornal, o nome da secção, o dia e o número da página, alinhado sempre à margem exterior, separado do conteúdo do jornal com um filete.

Portugal/Actualidade/ /Sociedade/Agenda		Saúde/Ciência/Boa Forma	
Algarve/Norte		Leitores	
Economia/Política		Pretos	
Cultura		Redes	
Desporto		Brancos	
Mundo		Televisão&Média	
Vidas			

Nota: Não me foi autorizado a colocação de percentagens em CMYK.

Redes: redes são as caixa a cinza que normalmente contém os pormenores, 'saiba mais' ou mesmo legendas.



## Abertura de Secção

As aberturas de secção encontram-se no topo da página e ocupam as 6 colunas. Tem sempre a cor da secção correspondente e contém o nome da secção, o número da página, o dia da semana e a data. É acompanhado por um filete. É, também, acompanhada por uma pequeníssema notícia, com foto. Quer abram as secções em página par, quer em página ímpar, o nome da secção e os elementos em cima (data, número de página, etc), alinhado à esquerda. Ou seja, mantém-se inalterável.



**Fig. 75**

Entrada de secção

Nas restantes páginas de cada secção, mantém-se uma cabeça, porém bem mais pequena que a de abertura, sem a cor da secção que apenas contém, numa só linha, o número de página, a data e o nome do jornal, *Correio da Manhã*. Na fig. 76, pode-se ver exactamente esses dados - o nome do jornal, o dia da semana, a data e a secção. Neste caso a página ainda não estava terminada, logo não aparece o número de página, mas sim um ponto de interrogação.

Quando há publicidade que ocupe meia página inteira (exemplo), esta cabeça vai reduzida, e deixa de conter o nome do jornal, contendo apenas a data, a secção e o número de página. Ao contrário da abertura de secção, estas já variam de posição consoante a página seja par ou ímpar. Quando é par, alinha à esquerda e quando é ímpar, alinha à direita, ficando o número de página sempre do lado exterior da página.



**Fig. 76**

Cabeça de página

## Lettering

A fonte base utilizada em títulos, pós-títulos, antetítulos, capitulares (texto principal), pelo jornal *Correio da Manhã* é a *BentonSansCond*, nas suas variantes (*black*, *bold*, *light*, *book*). No texto é utilizada a fonte *QuioscoOne Regular*. Na secção Desporto, a fonte utilizada em antetítulos, títulos e pós-títulos é diferente do restante jornal.

- 1 **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**
- 2 **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**
- 3 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890
- 4 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890
- 5 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Legenda:

1. BentonSansCond Black (exemplo: antetítulo, títulos, apoios/pormenores)
2. BentonSansCond Bold (exemplo: capitulares, apoios/pormenores, títulos de caixas)
3. BentonSansCond Light
4. BentonSansCond Book (exemplo: pós-título, antetítulos)
5. QuioscoOne Regular (exemplo: texto corrido)

Nota: Não me foi autorizada a colocação de valores dos corpos das letras.

## Constituição de uma página comum

É o conteúdo do jornal. Pode-se dividir por dois grupos: principais e secundárias. As principais são compostas por antetítulos, títulos, pós-títulos, destaques (ou não), legendas (quando há presença de imagem), imagem/ilustração/infografia, e têm maior destaque na página. As peças secundárias, são de menor dimensão, podem, ou não ser acompanhadas de imagens e por conseguinte legendas e não levam pós-títulos.

CORREIO DA MANHÃ Sábado, 18.08.2012 PORTUGAL 13

SINTRA ■ PROCESSO EM TRIBUNAL DESENCADEOU A FÚRIA DE JOSÉ ALVES

# "O meu pai queria vingar-se nos filhos"

■ Hugo Alves, 20 anos, ficou em prisão preventiva até julgamento por ter matado o pai

■ LURDES MATEUS / JOÃO C. RODRIGUES

**F**oi por vingança que o meu pai tentou matar os filhos. O Hugo só defendeu os seus irmãos mais novos", disse ontem ao CM Cátia Alves, irmã de Hugo Alves, de 20 anos, que na quarta-feira à noite matou o pai, José Alves, de 49, quando este atacou os filhos menores. Acabou morto com um tiro de caçadeira, em Tala, Belas. Ontem, o jovem, que se entregou às autoridades após o crime, foi ouvido em primeiro interrogatório e o juiz aplicou-lhe a medida de coação mais grave, prisão preventiva.

"Vou fazer de tudo para conseguir, pelo menos, que o meu irmão fique em prisão domiciliária. Ele não tem qualquer tipo de cadastro. É muito novo e não merece estar a passar por isto", disse Cátia, reagindo à prisão preventiva do irmão Hugo.

Um longo historial de violência doméstica e excesso de álcool levou a mulher de José Alves a detá-lo e a apresentar várias queixas nas esquadras da PSP de Mira-Sintra, Cacém e Rio de Mouro. Na semana passada, José Alves foi notificado pelo tribunal. "Quando viu que na lista das testemunhas constavam os no-

mes dos meus irmãos ficou em fúria. O estado de loucura já era tanto que, não podendo fazer mal à minha mãe, vingava-se nos filhos, como forma de a atingir", explica Cátia, que reafirma: "O meu irmão só tentou defender os seus irmãos".

Familiares de Hugo explicaram ao CM que a quinta da família era um local com condições,

mas ao longo do tempo José foi destruindo tudo. "Partir tudo - detruído fogo a muitas coisas", confirmou a irmã de Hugo.

"Foram 20 anos de sofrimento. Preferíamos mil vezes que ele morresse do que um dos nossos irmãos. Mas agora, o meu irmão preso preferíamos sofrer toda a violência do meu pai".

**Filhos iam depor em tribunal em processo contra o pai**

**MÃE EM CHOQUE**  
A mãe do jovem Hugo Alves está em estado de choque e acompanhada pelos filhos.

**INTERNADO NO HOSPITAL**  
Cátia disse que o pai esteve um mês no Hospital João de Matos, "mas o problema era o álcool e deram-lhe alta".

**Burlada com promessa de remédios grátis**

■ Uma mulher de 75 anos foi burlada em dois mil euros, em Casal de Cima, Góis, por dois homens que diziam estar a fazer um inquérito para a idosa poder ter acesso a remédios gratuitos.

Depois de terem comunicado a informação sobre o inquérito, os burlões pediram para ver as notas que a mulher tinha em casa para confirmarem se eram verdadeiras. Quando a idosa apresentou o dinheiro, os homens agarraram as notas e fugiram num carro branco de marca Audi. A GNR investiga. ■ PG.

**Incendiário detido em flagrante**

■ Um homem de 47 anos foi detido, na terça-feira, indiciado pela prática de crimes de incêndio, na Ribeira Brava, Madeira, anunciou ontem a Polícia Judiciária.

O incendiário foi localizado pelos bombeiros municipais da Ribeira Brava quando ateava fogo em vários locais do concelho. Com ajuda de populares, as autoridades conseguiram identificar o suspeito e detiveram-no.

O homem foi presente ao juiz e foi-lhe aplicada a medida de coação de apresentações semanais. ■

**Mulher tenta assaltar banco com faca**

■ Uma mulher, de 41 anos, entrou anteontem, por volta das 10h00, numa dependência bancária, na Amadora, com uma arma branca para assaltar o banco.

Alertadas, as autoridades deslocaram-se ao local, conseguiram evitar o assalto e a assaltante foi detida.

A mulher já tinha sido detida pelo mesmo tipo de crime, em 2008, no mesmo banco. Nessa ocasião, a mulher levou cerca de 2700 euros, mas foi travada ao sair do banco por um popular que se encontrava nas instalações. ■

**TRÍPLIO HOMICÍDIO DE QUELUZ CONTINUA INTERNADO NA UNIDADE DE QUEIMADOS DO HOSPITAL DE SÃO JOSÉ DE LUSOIA**

## Mãe e filha queimadas em elevador vão hoje a enterrar

■ Os funerais de Maria de Lurdes Almeida, 70 anos, e da filha, Rute Almeida, de 34 anos, realizam-se hoje em Queluz. Mãe e filha foram queimadas vivas dentro do elevador do prédio onde viviam, em Queluz, assim como Alton, o segurança contratado para as proteger das ameaças de Francisco Ribeiro, 58 anos, cunhado e tio das duas mulheres.

O homicida continuava ontem internado, sob vigilância policial, na Unidade de Queimados do Hospital de São José, em Lisboa, onde será operado. Só depois será ouvido por um juiz. No dia do tríplice homicídio, Francisco entregou-se às autoridades. Confessou que trancou o elevador, arremessou sacos com álcool e lançou o fogo, mas disse que só queria assustar. ■ LM/JCR

**Funerais realizam-se hoje na igreja de Queluz**





Fig. 77

Página demonstrando a paginação comum no jornal, uma vez que existem outras, como a secção Actualidade, Especial ou Vidas, que requerem mais elaboração



02.01.04 - Edição n.º 8989



18.08.12 - Edição n.º 12 124



Fig. 78

2 comparações de diferentes grafismos do *Correio da Manhã*. A primeiras 8 imagens são do grafismo anterior ao que estamos habituados hoje. Foi em 2008 que o grafismo do jornal foi remodelado.

Na compilação de imagens da página anterior podemos visualizar que as mudanças foram bastante evidentes.

Desde os tipos aos corpos de letra, desde a diferença da paleta cromática à disposição dos elementos na página, desde “Anúncios” que passam a “Classificados” ao “atrevimento” no recorte de imagens, podemos dizer que as mudanças são muitas. Com estas imagens podemos fazer uma comparação visual das principais mudanças do jornal *Correio da Manhã*, que mudou de grafismo, em 2008.

## Fotolegendas

Fotolegendas são imagens acompanhadas de uma legenda, não sendo acompanhada de uma peça, ou texto mais extenso. No caso do jornal *Correio da Manhã*, têm um determinado cabeçalho, que varia de cor consoante a secção onde esteja inserida.



**Fig. 79**  
Fotolegenda sobre uma tentativa de suicídio na China. Edição n.º 12 127



**Fig. 80**  
Fotolegenda sobre o europeu 2012



## Infografia

Infografias são elementos informativos que podem ser usados como elementos jornalísticos. Por vezes as infografias são mais úteis do que propriamente o texto – um acidente de carro ilustrado “passo a passo”, dá-nos mais precisão visual das coisas. Podem ser gráficos, tabelas, mapas, acontecimentos, ou outros elementos informativos. É uma forma gráfica de apresentar a notícia, de nos situar – localizadores, de nos apresentar dados – gráficos, de visualizarmos as coisas como aconteceram (contam histórias por meio de desenhos), ou simplesmente são um meio de reforçar a notícia. Simplificando, são uma espécie de discurso através de imagens que compõem uma narrativa; são representações visuais da informação.

São compostos por títulos, valores, textos, fonte, diagramas, tabelas, fotografias, ícones ou outros elementos informativos.

Permitem explicar factos que o texto por si só por vezes não consegue explicar.

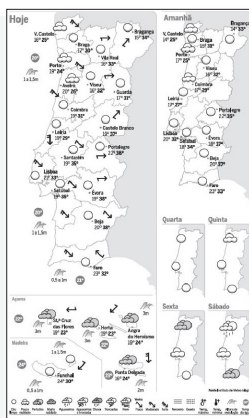


Fig. 81

Mapa do tempo,  
País: Portugal.  
Dá a conhecer ao  
leitor as tempera-  
turas nas princi-  
pais terras do  
nosso país.



Fig. 82

Audiências.  
Edição n.º  
12 106

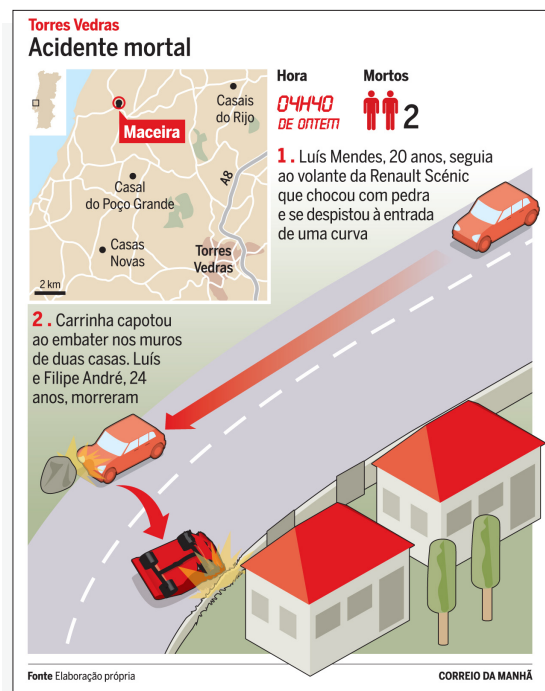


Fig. 84

Exemplo de uma infografia que demonstra as circunstâncias em que ocorreu um determinado acidente.  
Edição n.º 12 106.



Fig. 83

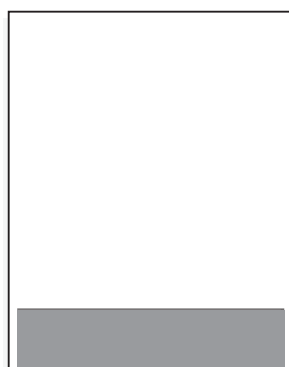
Localizador. Sai regularmente no CM. São todos idênticos, só muda a informação.  
É um mapa que ajuda o leitor a situar-se no local onde determinada notícia.

## Publicidade

Para além de ser benéfico para quem pretende lucrar com a publicidade, também é a principal receita que subsidia um jornal. Contudo, dependendo do meio de comunicação. O jornal *Metro* é um dos exemplos de jornais gratuitos em que a publicidade é o único subsídio.

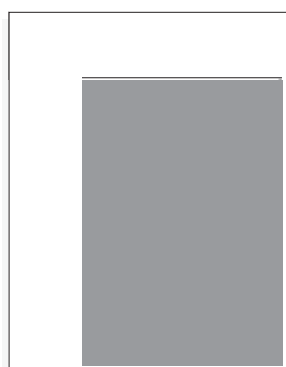
A inserção da publicidade numa página de jornal tem por base algumas regras: é colocada sempre na margem exterior da página - páginas pares do lado esquerdo, páginas ímpares do lado direito, e ao correr da página a partir da base.

Deixo alguns formatos de publicidade mais comuns existentes no *Correio da Manhã*.



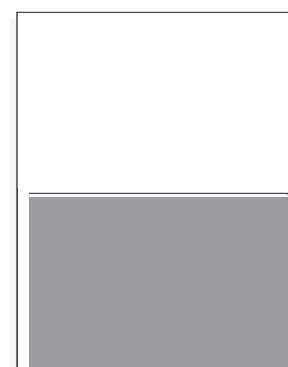
**Fig. 85**

Pub rodapé



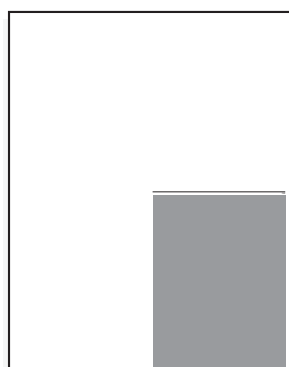
**Fig. 86**

Pub 4 colunas



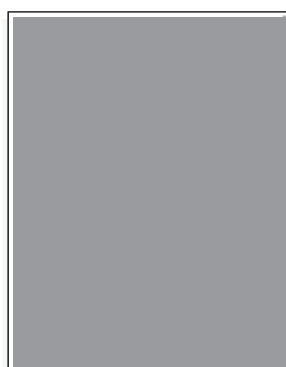
**Fig. 87**

Pub meia página ao baixo



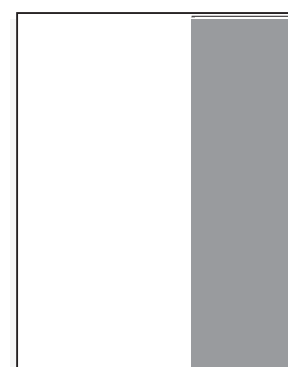
**Fig. 88**

Pub 1/4 de página



**Fig. 89**

Pub página inteira



**Fig. 90**

Pub 2 colunas



## Imagens/Fotografias/Ilustrações

Servem como prova documental, ilustram a notícia, revelam um determinado enfoque técnico e ideológico que orienta as leituras que delas se fazem. Acima de tudo são um elemento complementar à notícia e à paginação de um jornal; não só as imagens mas também as ilustrações podem traduzir reconstituições de acontecimentos (exemplo: ilustrações de audiências em tribunal, presenciadas e não fotografadas). As imagens são obrigatoriamente acompanhadas por legendas, o mesmo não acontece com as ilustrações, que nunca se fazem acompanhar de legendas. Podem existir imagens denominadas de “simulação”, em que algo é simulado, como um assalto, agressão, etc.



**Fig. 91**

Ilustração de Ricardo Cabral alusiva aos filhos que agredem os pais



**Fig. 92**

Edição n.º 10 575. Terramoto na China



**Fig. 93**

Toureiro a ser colhido pelo touro.



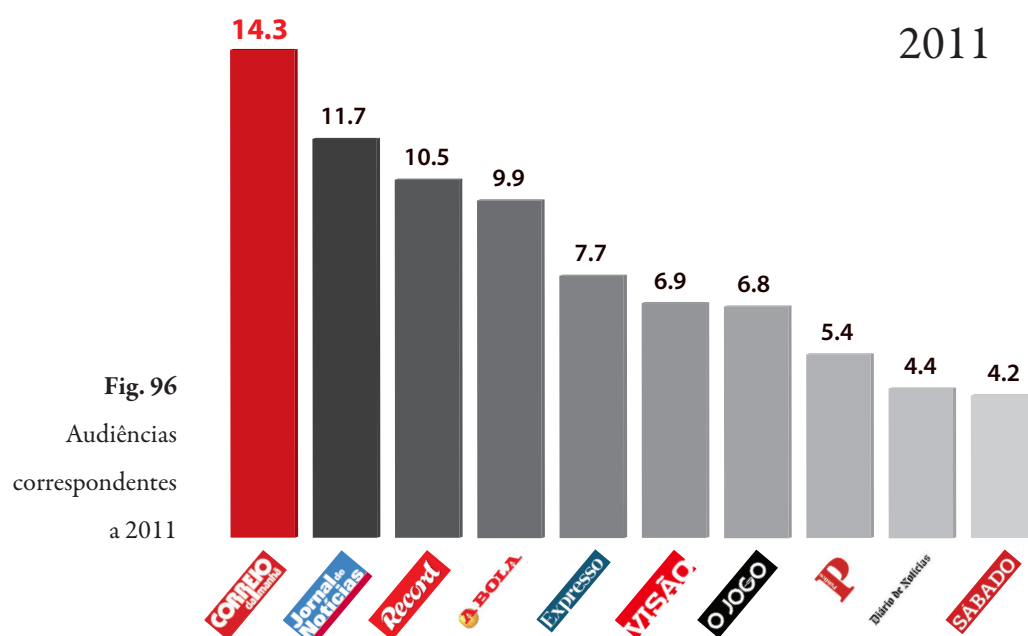
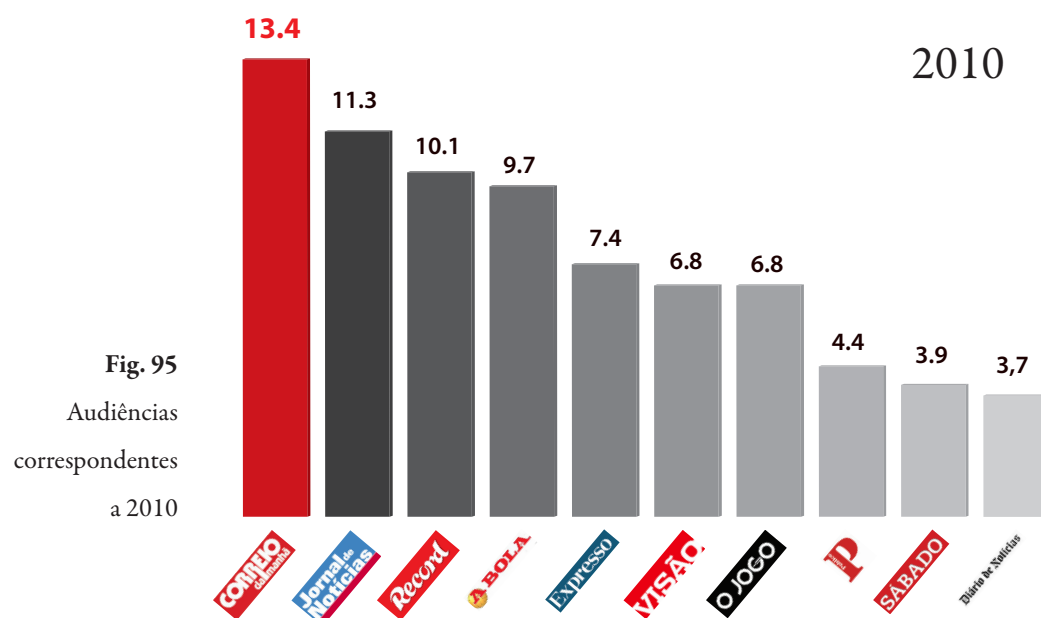
**Fig. 94**

Ilustração de Ricardo Cabral, duma tentativa de rapto em plena via pública, Edição n.º. 12 106.



## Análise de Audiências

2010/2011



Os gráficos apresentados nesta página são referentes à audiência média de Abril a Dezembro de 2011 e período homólogo de 2010 dos dez maiores jornais e revistas de informação, respectivamente.

De acordo com o Bareme Imprensa<sup>1</sup> (estudo regular da Marktest, onde analisam as audiências de jornais e revistas em Portugal Continental), sabe-se que o *CM* conquistou uma audiência de 14,3 pontos, o que significa uma média de 1188 00 leitores diários – resultado dum estudo realizado nos períodos de Abril a Junho e Setembro a Dezembro de 2011.

O jornal *Correio da Manhã* volta a surgir com a posição de jornal de informação mais lido em Portugal. Todos os dias lêem o jornal *Correio da Manhã*, mais 72 mil pessoas em relação ao mesmo período de 2010.

Em segundo lugar no gráfico, surge, com 11,7 pontos e mais de 219 mil leitores de distância do *CM*, o *Jornal de Notícias (JN)*, seguido do *Record* com uma audiência de 10,5 pontos (871 mil leitores – que volta a ser o jornal mais lido no sector desportivo), *A Bola* com 9,9 e do semanário *Expresso* com 7,7. Segue-se a revista *Visão*, com 6,9 pontos de audiência, na dianteira do jornal desportivo *O Jogo*, com 6,8 pontos. O que se manteve igual ao mesmo período relativo ao ano anterior. Seguidamente, surgem os diários *Público* e *Diário de Notícias* que apresentam audiências de 5,4 e 4,4 pontos, respectivamente.

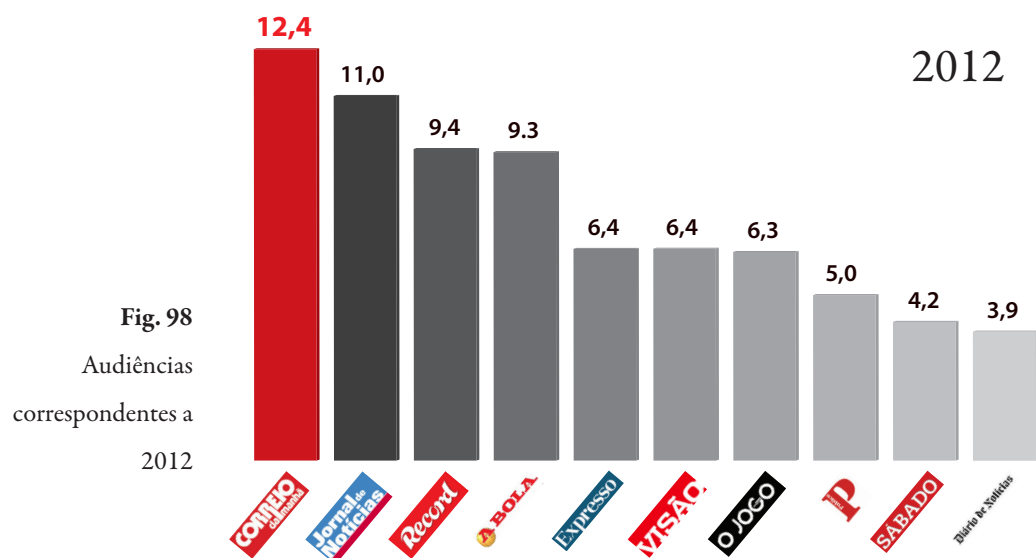
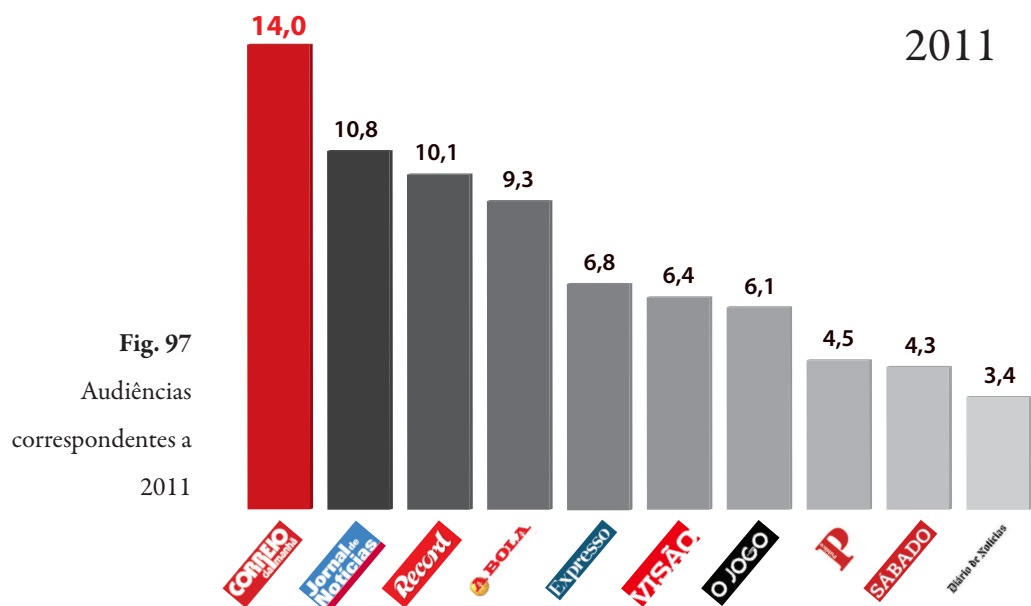
No final da tabela está a revista semanal *Sábado* com 4,2 pontos de audiência média.

Relativamente aos jornais especializados em economia, que não constam nestas tabelas, registaram um crescimento relativo ao ano anterior, como é o exemplo do *Diário Económico*, que se matem na liderança com um aumento de 0,7 pontos de audiência média. Já o *Jornal de Negócios* surge com um crescimento de 0,8 pontos (para uma audiência de 2,7 pontos – 221 mil leitores), o que não lhe chega para superar os 3,0 pontos (relativos a 250 mil leitores) referentes ao *Diário Económico*.

## Suplementos CM

Relativamente aos suplementos semanais do *Correio da Manhã*, a revista *Domingo*, que acompanha gratuitamente o jornal na edição de Domingo, é o suplemento mais lido do seu segmento, tendo 800 mil leitores para uma audiência de 9,6 pontos. Segue-se a revista *Correio TV*, que é lida, em média, por 748 mil pessoas. A revista *Vidas* aumentou a audiência para os 8,9 e conta com cerca de 742 mil leitores. Em 4.º segue-se o suplemento *Sport* e é seguido por em média por 529 mil leitores, sendo líder de segmento com 6,4 pontos de audiência. Por último está o suplemento *Primeiro Emprego* com 3,9 de audiência para uma média de 326 mil leitores.

2011/2012



Os gráficos apresentados nesta página são referentes à audiência média de Janeiro a Março de 2012 e período homólogo de 2011 dos dez maiores jornais e revistas de informação, respectivamente.

No primeiro trimestre do corrente ano, o *Correio da Manhã* volta a ser o jornal mais lido. Mais de 1 milhão de leitores (1 033 000) de média diária, relativos a uma audiência de 12,4 pontos, são os dados do Bareme Imprensa, da Marktest.

Distancia-se do *Jornal de Notícias* (11,8 pontos), com 119 mil leitores a mais do que o segundo lugar.

Mantendo o terceiro lugar na tabela está o jornal desportivo *Record*, com uma audiência de 9,4 pontos, seguido do jornal *A Bola* com 9,3 pontos. A ocupar o quinto lugar do ranking, com 6,4 pontos está o semanário *Expresso*, com a mesma audiência que a revista *Visão*, que não sofreu alterações em relação ao período homólogo de 2011. Com um aumento de 0,2 pontos de audiência e face aos mesmos meses do ano passado, está o jornal *O Jogo*, com 6,3 pontos, seguido do diário *Público* com 5 pontos e da revista ‘Sábado’ com 4,2 pontos de audiência. A fechar a tabela está o jornal *Diário de Notícias* com uma audiência de 3,9 pontos.

Quanto aos jornais económicos que não constam na tabela, registou-se uma subida de audiências, relativas a este período, tanto no *Diário Económico*, que apresenta neste período uma média de 249 mil leitores, como no *Jornal de Negócios* que registou 203 mil leitores. Relativamente ao jornal *i*, este tem uma audiência de 1,7 pontos.

## Suplementos CM

Comparativamente aos suplementos semanais do *Correio da Manhã*, a revista *Domingo*, volta a liderar, ultrapassando a concorrência, sendo o suplemento mais lido do seu segmento, tendo uma média de 702 mil leitores para uma audiência de 8,5 pontos. Segue-se revista *Vidas* com um aumento de 64 mil leitores (no mesmo período) para uma audiência de 8,4 pontos e conta com cerca de 698 mil leitores em média. A revista *Correio TV*, que é lida, em média, por 582 mil pessoas, tem como audiência 7,0 pontos. Em 4.º mantém-se o suplemento *Sport* e é seguido por em média por 473 mil leitores, sendo líder de segmento com 5,7 pontos de audiência. Por último está o suplemento *Primeiro Emprego* com 3,9 de audiência para uma média de 322 mil leitores.

## A liderar desde 2003

Foi no 4º bimestre de 2003, que o jornal *Correio da Manhã* ultrapassou o líder de vendas de então - o *Jornal de Notícias*, em tiragem e circulação, conjuntamente, tendo atingindo valores mais altos de circulação, que o *JN*, logo no primeiro bimestre desse mesmo ano, ultrapassando, com 120 002 exemplares, os 106 851 do *Jornal de Notícias*.

No 4º bimestre superou em tiragem, ultrapassando os 144 028 exemplares do *JN*, com uma tiragem de 147 953, afirmando-se, desde então, no líder de audiências no seu segmento, segundo dados da Associação Portuguesa para o Controlo e Circulação<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Bareme Impresa é um estudo regular da empresa Marktest, que analisa as audiências de media (excepto Tv) em Portugal Continental. A Marktest é ainda uma empresa que desenvolve estudos na área da publicidade, realizando, também, estudos de mercado regulares e customizados, sendo líder nos sectores onde actua. Estes estudos são certificados pela CAEM (Comissão de Análise de Estudos de Media).

<sup>2</sup>A Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), é uma instituição constituída em Maio de 1986 com o objetivo de comprovar e certificar os números de tiragem e circulação dos títulos dos Editores Associados, bem como a sua integração geográfica no mercado.



## Parte 8

---

## Projectos para 2013

### Correio da Manhã TV

Em 2013, mais precisamente em Março, está prevista a implementação, em exclusivo no Meo, do canal *Correio da Manhã Tv*, a ser emitido 24 horas por dia. Canal generalista e em português. Criará 80 novos postos de trabalho, prometendo ter uma forte componente interactiva com produção nacional e uma programação variada.

Zeinal Brava, presidente executivo da PT, conclui que esta parceria “é um investimento a médio e longo prazo” e entende que este canal será visto por “quem quer conhecer e ver o país na televisão”, e mantém a posição do futuro canal no ‘segredo dos deuses’, afirmando apenas que estará nos primeiros 20 canais da operadora. Já Octávio Ribeiro, director do jornal *Correio da Manhã* e grande mentor deste projecto, afirma que este não será só um canal de informação, mas também um “canal de entretenimento, humor e de produção dos nossos valores da cultura portuguesa”. (jornal *Correio da Manhã*, edição 12 075, 29 de Junho 2012).

O CM TV “irá tirar proveito das sinergias com os diferentes títulos do grupo, como o *Record*, *Jornal de Negócios*, *Sábado*, *Máxima*, *Vogue*, *Flash*, *TV Guia*, *GQ*, *Automotor*, *Destak*, *Metro* e *Semana Informática*, que nas suas áreas de especialidade irão contribuir com conteúdos exclusivos e diferenciadores. Desta forma, envolvendo todos os títulos da Cofina, o CM TV contará com o trabalho de mais de 450 jornalistas na produção de conteúdos.”, palavras dos promotores do projecto. Estará também disponível em computador e nos dispositivos móveis: telemóveis ou tablets.

O acordo foi celebrado entre os presidentes e administradores da Cofina e da Portugal Telecom, nas instalações do jornal *Correio da Manhã* em Lisboa, no dia 29 de Junho deste ano. Com ele “arrasta” grandes nomes da comunicação social, como José Carlos Castro, que actualmente passou a ocupar o lugar de director-adjunto do jornal CM juntamente com Carlos Rodrigues, até agora subdirector de informação da SIC.

Fig. 99  
Zeinal Bava (Pres. executivo da PT), Paulo Fernandes (Pres. executivo Grupo Cofina) e Octávio Ribeiro (Director CM)





## A minha experiência - 6 meses de estágio

---

### Primeiro contacto

Terminada a parte lectiva do Mestrado em Design Editorial, havia três opções para a conclusão numa componente não lectiva: dissertação de natureza científica, trabalho de projecto ou estágio. A terceira opção pareceu-me a mais interessante em termos de aprendizagem. Para além de pôr em prática o que tinha aprendido nas aulas, um estágio implica uma inserção no mercado de trabalho.

No dia 3 de Outubro de 2011, não houve como fugir ao meu primeiro dia de estágio.

Às 15 horas desloquei-me à sede do *Correio da Manhã*, no n.º 72 da Av. João Crisóstomo. As minhas pernas tremiam, parecia que tinha um nó no estômago, mas lá entrei, um bocado a medo, e fui até ao segundo piso daquele edifício.

Quando lá cheguei, tinha o meu supervisor (Pedro Freire – director de artes no Correio da Manhã) à minha espera. Tratámos de alguns pormenores sobre o horário final e sobre as folgas e colocou-me junto a uma senhora, de nome Vina, que estava a fazer paginação da edição do próximo dia. Nesse dia e no seguinte, simplesmente limitei-me a observar. Ora se eu já estava nervosa, ainda mais nervosa fiquei por não estar a perceber muito do que ela estava a fazer. Sei que muito provavelmente fiz perguntas a mais, mas como não tinha tido qualquer contacto posterior com o programa *QuarkExpress*, os primeiros dias de estágio tornaram-se num verdadeiro desafio.

Entretanto, nesse mesmo dia, por volta das 17 horas apareceram bastantes pessoas na redacção, iniciando-se um rodopio de gente e conversa. Se até àquele momento a redacção estava relativamente calma, depois disso não foi bem assim. O barulho, os telefones e a pressão de um horário a cumprir, fizeram com que esse dia me parecesse interminável.

Comecei por me dedicar às secções “Agenda” (meteorologia, horóscopo, farmácias de serviço, etc) e “Cartaz de Espectáculos” (cinemas, teatros, exposições).

Toda a gente se disponibilizou para me ajudar e tenho consciência de que devo ter sido bastante aborrecida até me ambientar com o programa e com a paginação em si do jornal.

Ensinar não é de todo fácil e eu agora sei disso.

Os meus colegas começaram por me explicar como tudo acontecia, ensinaram-me inúmeros atalhos, demonstraram-me os estados das páginas e o que cada cor significava (isto para se perceber se as páginas já foram editadas, revistas, se já têm as fotos tratadas, etc.). Resumindo, fui aprendendo o que era da responsabilidade do paginador.

Na primeira semana, a complexidade do programa e o receio de não conseguir apanhar o ritmo deixaram-me um pouco desconfortável. Contudo, passados uns dias já estava completamente integrada. Todos se prontificaram a ajudar-me sempre que necessitasse e, aos poucos, deixei de me sentir

tão nervosa. São excelentes pessoas e há um ambiente cheio de companheirismo e dedicação, que eu não esperava encontrar.

Umas duas semanas depois de iniciar o estágio, o meu supervisor e Director de Arte do *Correio da Manhã*, Pedro Freire, convidou-me para trabalhar com eles, uma vez que um elemento da paginação se iria embora. Fiquei tão surpreendida e orgulhosa, que nem sabia o que responder. O sim não foi imediato. Lisboa não era de todo o sítio onde quisesse viver, mas aceitei a proposta. O que mudou? Os horários que em vez de entrar às 15h e sair às 22h, passei a entrar às 17h e a sair só quando o jornal estivesse fechado e a folgas passaram a ser rotativas num esquema de 4/2 (trabalhar quatro dias, folgar dois). Passei a receber um ordenado e a ter mais responsabilidades (como a elaboração do plano para o dia seguinte).

Com o passar do tempo os erros foram sendo menores e as dúvidas também. Hoje sinto que ainda não estou a 100%, mas já sei o suficiente para poder ensinar os que vieram depois de mim...

## Estrutura do *Correio da Manhã*

Em termos de suportes informáticos, software, os programas que são utilizados na realização da paginação no *Correio da Manhã* é o *QuarkExpress*, um software diferente do que estamos habituados lidar nas aulas – *InDesign*, em conjunto com o programa *Millenium*. Este último programa ao trabalhar com o *Quark*, torna possível o acesso, em simultâneo, de toda a redacção às páginas, de modo a colocar texto, imagens tratadas, desenhar, etc., pertencendo a uma rede de computadores privada, denominada de intranet. Quando falo em desenhar, refiro-me às páginas de maior informação, como as actualidades, a secção Especial ou mesmo a secção Vidas. Quase todas as outras são de catálogo. Esse catálogo possui diversos modelos de todas as páginas referentes a todas as secções que depois se adequam ao que o jornalista pretende.

A redacção é constituída por vários elementos que sem eles não era possível a realização do jornal - jornalistas, editores, paginadores, revisores, infógrafos, fotógrafos, tratamento de imagem, etc.

Dividido em vários departamentos de jornalismo – Portugal, Sociedade, Desporto, Leitores, Vidas, entre outros, é o jornalista quem dá a conhecer ao leitor o máximo de detalhes possíveis de diversos acontecimentos na sociedade.

- Portugal e Sociedade – apenas informações relacionadas com a realidade do país.
- Norte e Algarve – notícias e acontecimentos quer na zona norte, quer no Algarve.
- Política, Economia e Bolsa – aborda notícias e acontecimentos de teor político

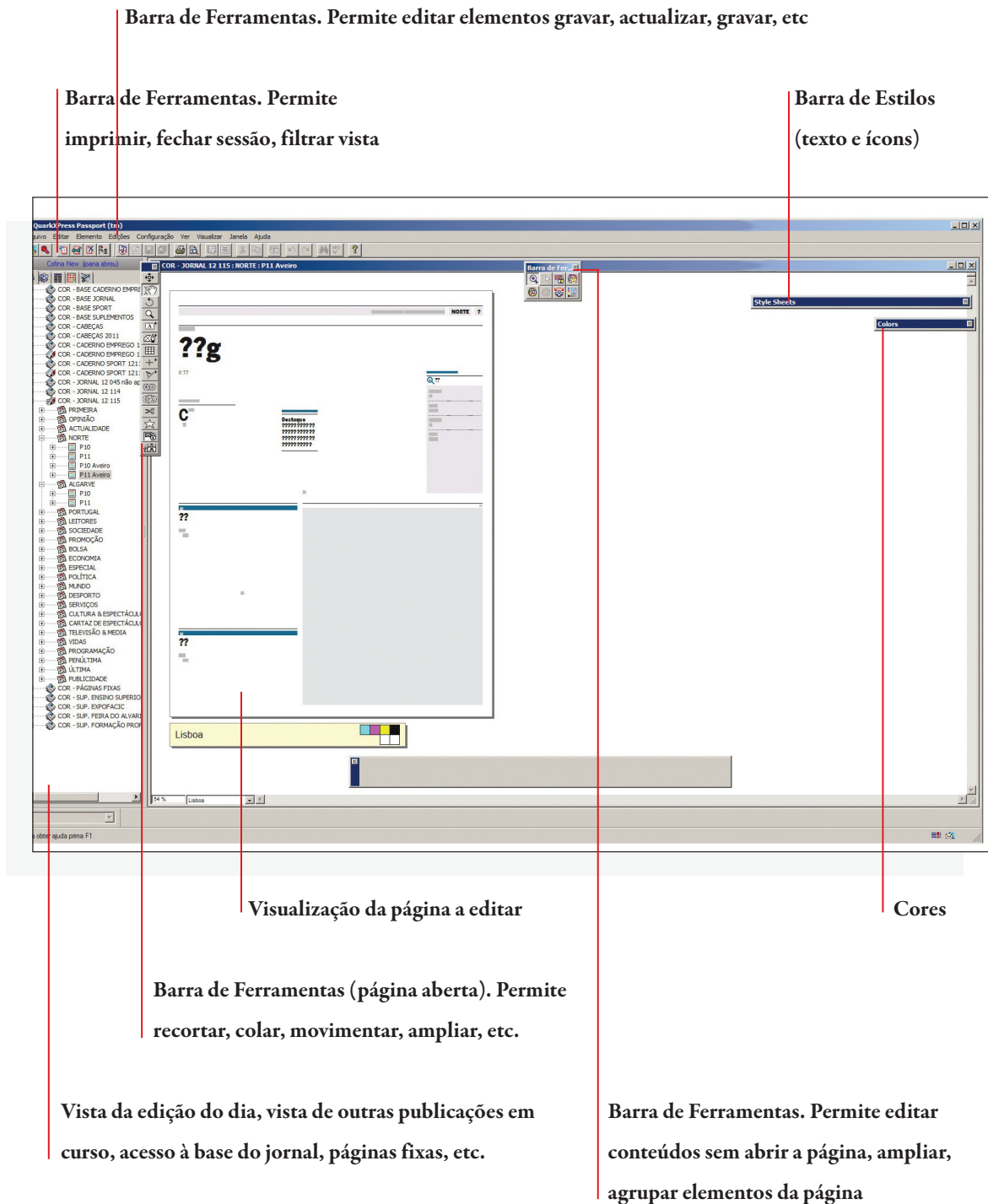
e económico e faz análise do mercado da bolsa de valores.

- Mundo – notícias de todo o mundo.
- Televisão & Média – notícias e acontecimentos respectivos ao mundo televisivo.
- Cultura & Espectáculos – notícias e eventos culturais, concertos, festivais, etc.
- Desporto – notícias e acontecimentos do mundo desportivo.
- Serviços – agendas de farmácias, meteorologia, horóscopo.
- Cartaz de Espectáculos – dá a conhecer os cinemas a nível nacional, teatros e exposições (são quatro páginas diferentes, Nacional, Norte, Algarve e o Aveiro, e cada uma só vai para a zona respectiva à área abrangente.)
- Programação – grelha de programação de canais televisivos.
- Vidas – notícias e acontecimentos sociais de famosos.
- Penúltima – contém uma entrevista, uma fotolegenda, uma coluna de breves, uma sinopse das três notícias mais vistas no *site* do *Correio da Manhã*, uma coluna dedicada ao humor e a “Frase do Dia”, que geralmente é retirada da mesma edição.
- Última – Contém notícias de última hora, um resumo da previsão meteorológica para o Porto, Faro e Lisboa, uma coluna de opinião, uma fotolegenda e a indicação do ano e do número de edição e ainda da tiragem média diária do mês anterior ao da publicação.

## Elaboração de um jornal

O trajecto do jornal inicia-se com a elaboração noticiosa por parte dos jornalistas, que fazem a recolha de informação e de fotografias. Posto isto, a paginação dispõe graficamente o conteúdo jornalístico. Todas as outras páginas são escolhidas pelos jornalistas de acordo com os modelos que estão no catálogo.

Com conteúdo noticioso já inserido, as páginas vão ganhando forma. Finalizado o texto por parte do jornalista em questão, este coloca o estado (neste caso verde-escuro) na respectiva peça (de modo a ser vista previamente pelo editor de cada secção antes de passar para a revisão) – Fig. 101. Estes estados permitem-nos ver se o texto já está terminado pelo jornalista ou visto pelo revisor. O estado azul faz com que o texto esteja “fechado” pelo jornalista e já revisto pelo respectivo editor de secção e os revisores passam a poder lê-lo de modo a pô-lo amarelo quando estiver pronto – Fig. 101. Só aí é que nós, paginadores, podemos arranjar o texto. Muitas das vezes arranjamo-lo antes, como por exemplo títulos e texto que não cabem no espaço, modificações de elementos da constituição da página, como de peças para caixas, ou o desenho das páginas.

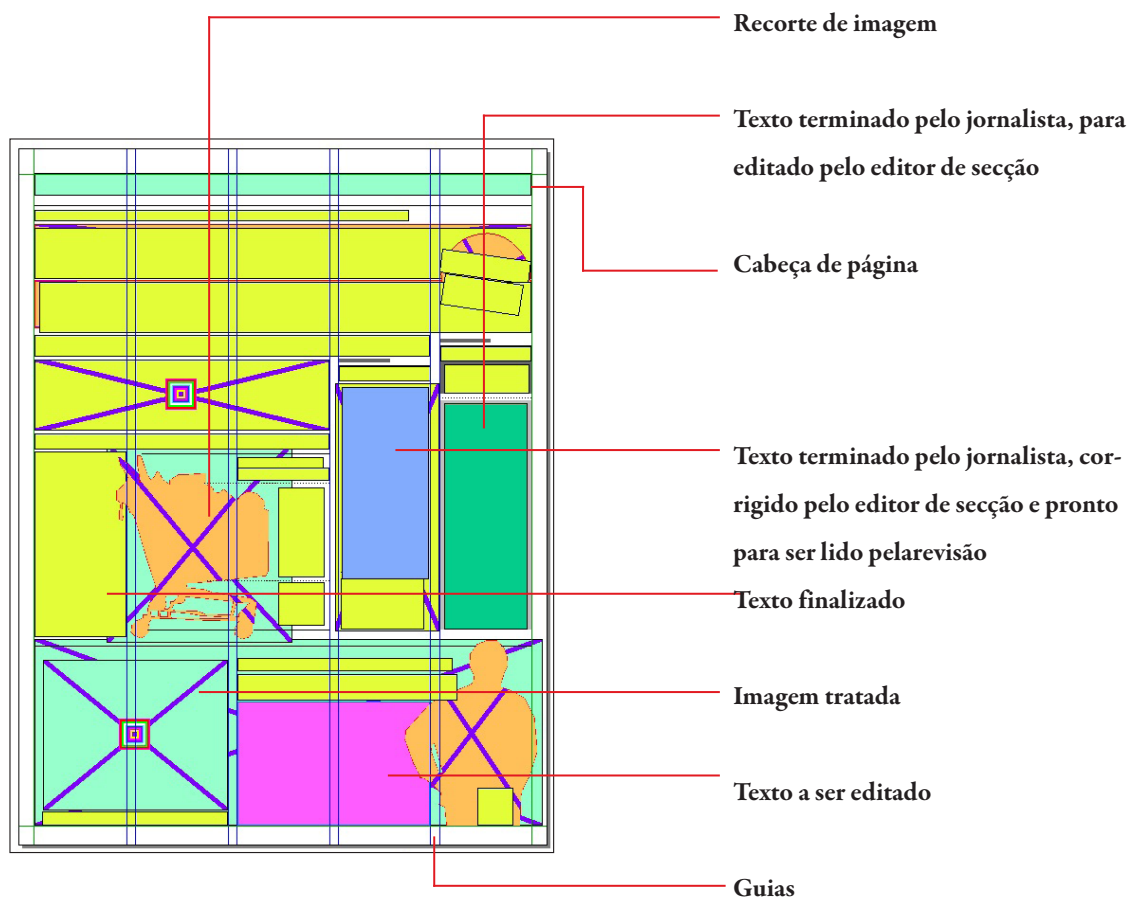


**Fig. 100**

Visualização do programa utilizado, QuarkExpress



Durante este processo, são postas as respectivas fotografias e imagens em página. São feitas impressões das páginas com conteúdos e caixas com medidas para depois serem tratadas pelo tratamento de imagem. Assim, eles ficam a saber o enquadramento e as medidas de cada imagem para as poderem tratar, de modo a que as possamos pôr novamente em página mas já tratadas (às quais se mete o estado de imagem tratada, com um símbolo multicolor na caixa da imagem) – Fig. 101.



**Fig. 101**

Peça fechada e revista (amarelo), terminada pelo jornalista (verde escuro) e vista pelo editor de secção (azul), peça a ser editada no momento (rosa)

Terminada a revisão, a paginação entra novamente nas páginas para acertar os últimos pormenores gráficos, aumentar caixas ou diminuir o tamanho de letra quando o texto excede o espaço a que estava destinado, eliminar dentes de cavalo/cão, verificar os estilos, cores dos elementos, colocar imagens em alta (termo alta refere que a imagem está em alta definição), etc.

Após a página estar pronta, atribuímo-la ao respectivo plano (Porto, Nacional, Algarve, Aveiro) para ser vista a parte gráfica pela chefia da paginação. Se estiver terminada, é colocado um esquadro por quem a vê (símbolo que permite aos chefes de redacção meterem um novo símbolo na página – uma medalha - após verificarem o conteúdo e a informação.) Após ter medalha, a página está pronta para ir para a respectiva gráfica.



Fig. 102

Página já assignada aos planos, revista pela chefia da paginação e pronta para ser vista pelo chefe de redacção.



Fig. 103

Página já assignada aos planos, revista pela chefia da paginação e visto pelo chefe de redacção, pronta a ir para a gráfica.

Por existirem no jornal páginas que se destinam só a determinados pontos do país (como a secção Norte e a Algarve, ou até mesmo os cartazes ou agendas, que são feitas com diferentes conteúdos para cada região), o jornal é impresso em 2 gráficas distintas, uma no norte e uma no centro, que envia também para o sul.

Após o fecho do jornal, é dado a um dos elementos da paginação o plano do dia seguinte. Criamos a edição do dia seguinte, colocamos os números de página em cada secção, porque nem sempre está certo com o que vem de base, alteramos a cor da página (cores ou preto e branco) de acordo com o que diz no plano e colocamos as bases das publicidades – (rectângulos, com filete em cima e palavra “Pub”, com as respectivas medidas da publicidade a ser inserida em determinada página.). No dia seguinte, os modelos de páginas têm de assentar na página de acordo com a colocação da publicidade. Em termos de publicidade, quando a colocamos em página par é colocada o mais à esquerda possível e junto à base, se for em página ímpar o mais à direita, de modo a ficar sempre no exterior da página, como já referi na parte 6 deste relatório. Esta é uma tarefa que deve ser feita com extrema atenção e cuidado, por qualquer erro pode afectar todo o jornal.



## Conclusão

---

Já lá vão 11 meses desde que integrei o estágio no *Correio da Manhã*. Durante os seis meses de duração notamos uma grande evolução pessoal.

Quando se integra um estágio, na maioria das vezes não temos qualquer tipo de experiência profissional. É preciso adaptarmo-nos à mudança, a novos círculos de pessoas, quem sabe até uma nova cidade. Talvez tudo isto custe ao início, mas não podemos deixar de pensar que isto é um processo positivo, uma importante experiência de vida que nos ajuda a crescer. O conhecimento adquirido nas aulas é o ponto de partida para que uma fase como esta resulte da melhor forma. Digamos que é um desafio diário.

Hoje penso que, para quem queria fazer dissertação ou projecto, o estágio me fez perceber que realmente sou feliz na área que escolhi.

Com este estágio e com a investigação e redacção deste relatório, passei a conhecer a fundação do jornal *Correio da Manhã*, a ter conhecimento de como se processa um jornal e conviver num ambiente numa redacção. Muito barulho, muita correria, muitas pessoas... Mas todos com o mesmo objectivo: a edição do dia seguinte.

Procurei, com a elaboração deste relatório, dar a conhecer um pouco de história sobre a evolução da imprensa em Portugal, sobre a evolução do jornal *Correio da Manhã*, sobre o grupo Cofina ao qual pertencem publicações de grande nome, sobre os elementos gráficos numa página jornal e demonstrar que por vezes um estágio nos pode abrir portas na área que desejamos.

Posso afirmar que este estágio foi excelente e que superou todas as minhas expectativas. O contacto profissional depois do conteúdo das aulas é essencial para o nosso desenvolvimento, quer pessoal, quer profissional e o contacto com a área de estudos que escolhemos é fundamental. Digamos que o estágio é o ponto de partida para qualquer estudante em fim de curso se integrar no mundo de trabalho.

## Bibliografia

---

*Jornais, jornalistas e jornalismo: (séculos XIX e XX)*, org. Ana Cabrera, Livros Horizonte, Lisboa, 2011

SOUZA, Jorge Pedro, *Gazeta da “Restauração”: Primeiro periódico português. Uma análise do discurso*, Estudos em Comunicação, Labcom 2011

TENGARRINHA, José, *História da imprensa periódica portuguesa*, Portugália, Lisboa, 1965

AMARAL, M. F. (2006) *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto.

[www.infopedia.pt](http://www.infopedia.pt)

[www.cmjornal.xl.pt](http://www.cmjornal.xl.pt)

[hemerotecadigital.cm-lisboa.pt](http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt)

[www.record.xl.pt](http://www.record.xl.pt)

[http://30anos.correiomanha.xl.pt/historia\\_cm.php](http://30anos.correiomanha.xl.pt/historia_cm.php)

